

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* AVOSKIN
(Studi Kasus pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall Bekasi)**

SKRIPSI

**OLEH:
KHANSA AUFA FITRIYAH
202110325269**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan
Influencer Marketing terhadap Keputusan
Pembelian *Skincare* Avoskin (Studi Kasus
pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall
Bekasi)

Nama Mahasiswa : Khansa Aufa Fitriyah
Nomor Pokok : 202110325269
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

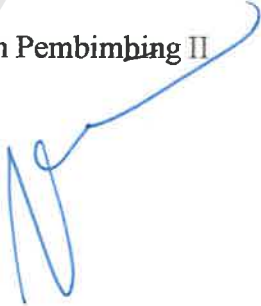
Jakarta, 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Bungaran Saing, S.Si., Apt., M.M.

NIDN. 0326027001


Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd.

NIDN. 0401107703

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Avoskin (Studi Kasus pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall Bekasi)

Nama Mahasiswa : Khansa Aufa Fitriyah

Nomor Pokok : 202110325269

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Supardi, S.T., M.M
NIDN. 0403047601

Sekretaris Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN. 0305087310

Penguji : Dr. Bungaran Saing, S.Si., Apt., M.M
NIDN. 0326027001

Supardi

Agus

Bungaran

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khansa Aufa Fitriyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325269
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 06 Desember 2002
Alamat : Perumahan Sukaraya Indah Blok C4
No 5, RT 008/ RW 007, Sukaraya,
Karang Bahagia, Kab. Bekasi, 17535

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Avoskin (Studi pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall Bekasi)” ini adalah benar – benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Khansa Aufa Fitriyah

202110325269

ABSTRAK

Khansa Aufa Fitriyah. 202110325269. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Avoskin (Studi Kasus pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall Bekasi).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 102 responden yang pernah melakukan pembelian *skincare* Avoskin di Sociolla Summarecon Mall Bekasi. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk menguji hubungan antar variabel secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk ($t_{hitung} = 5,289$, $sig. = 0,000$), harga ($nilai\ t = 2,236$, $sig. = 0,028$), dan *influencer marketing* ($t_{hitung} = 7,106$, $sig. = 0,000$) masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ($f_{hitung} = 35,673$, $sig. = 0,000$). Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 50,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, relevan dengan kebutuhan pasar, dan mampu meningkatkan daya saing produk di tengah kompetisi industri yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian, *Skincare* Avoskin.

ABSTRACT

Khansa Aufa Fitriyah. 202110325269. *The Influence of Product Quality, Price, and Influencer Marketing on Purchasing Decisions of Avoskin Skincare (A Case Study on Consumers at Sociolla Summarecon Mall Bekasi).*

The research employed a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 102 respondents who had previously purchased Avoskin skincare products at the specified location. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26 to examine both partial and simultaneous relationships between variables. The results indicate that product quality (t-value = 5.289, sig. = 0.000), price (t-value = 2.236, sig. = 0.028), and influencer marketing (t-value = 7.106, sig. = 0.000) each have a positive and significant effect on purchase decisions. Furthermore, these three variables simultaneously have a significant influence on consumer purchasing decisions (f-value = 35.673, sig. = 0.000). The coefficient of determination (R^2) indicates that 50.7% of the variation in purchasing decisions can be explained by the three independent variables. This study is expected to provide both theoretical and practical contributions for companies in developing marketing strategies that are more targeted, aligned with market needs, and capable of enhancing product competitiveness in an increasingly competitive industry.

Keywords: *Product Quality, Price, Influencer Marketing, Purchasing Decision, Avoskin Skincare.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Avoskin (Studi Kasus pada Konsumen Sociolla Summarecon Mall Bekasi)”**

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Bungaran Saing, S.Si., Apt., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan banyak arahan dan ilmunya kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu yang berkaitan dengan teknik penulisan dalam menyusun skripsi ini.
6. Supriyanto, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini. Semoga bapak dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.

7. Seluruh staf Program Studi Manajemen yang selalu memberikan arahan terkait dokumen-dokumen yang dibutuhkan selama proses skripsi ini.
8. Teruntuk Ibu tercinta Sunarti, Bapak tercinta Johari, serta adik laki – laki saya yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
10. Teruntuk Alvitho Dwi Setyo yang telah meluangkan waktu dan memberikan support kepada penulis dalam menemani penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada Imelivia Cahya, Siti Nurhaliza, Siti Halimah, serta teman – teman bimbingan saya yang selalu menghibur dan telah memberikan support kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan yang dimiliki dalam skripsi ini, baik dari segi materi maupun dari segi teknis penulisannya. Hal tersebut dapat terjadi karena masih kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulis bisa menyusun skripsi ini jauh lebih baik lagi.

Jakarta, 22 Juni 2025

Khansa Aufa Fitriyah
202110325269

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Telaah Teoritis	14
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Keputusan Pembelian	15
2.1.3 Kualitas Produk	18
2.1.4 Harga.....	20

2.1.5	<i>Influencer Marketing</i>	22
2.2	Telaah Empiris.....	25
2.3	Kerangka Konseptual	28
2.4	Hipotesis Penelitian	29
2.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.3	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
BAB III		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian.....	32
3.1.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.3.1	Jenis Data	35
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.2	Skala Pengukuran	37
3.5	Metode Analisis Data.....	38
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	38
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	39

3.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.7	Pengujian Hipotesis	42
3.7.1	Uji Parsial (Uji t)	42
3.7.2	Uji Simultan (Uji f).....	43
3.7.1	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1	Profil Avoskin.....	44
4.1.2	Profil Sociolla.....	45
4.2	Deskripsi Data.....	46
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	46
4.2.2	Identitas Responden.....	47
4.3	Analisis Deskriptif.....	48
4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.4.1	Uji Validitas.....	52
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	54
4.5	Uji Asumsi Klasik	55
4.5.1	Uji Normalitas	55
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	57
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.7	Pengujian Hipotesis	59
4.7.1	Uji Parsial (Uji t)	59
4.7.2	Uji Simultan (Uji f).....	61

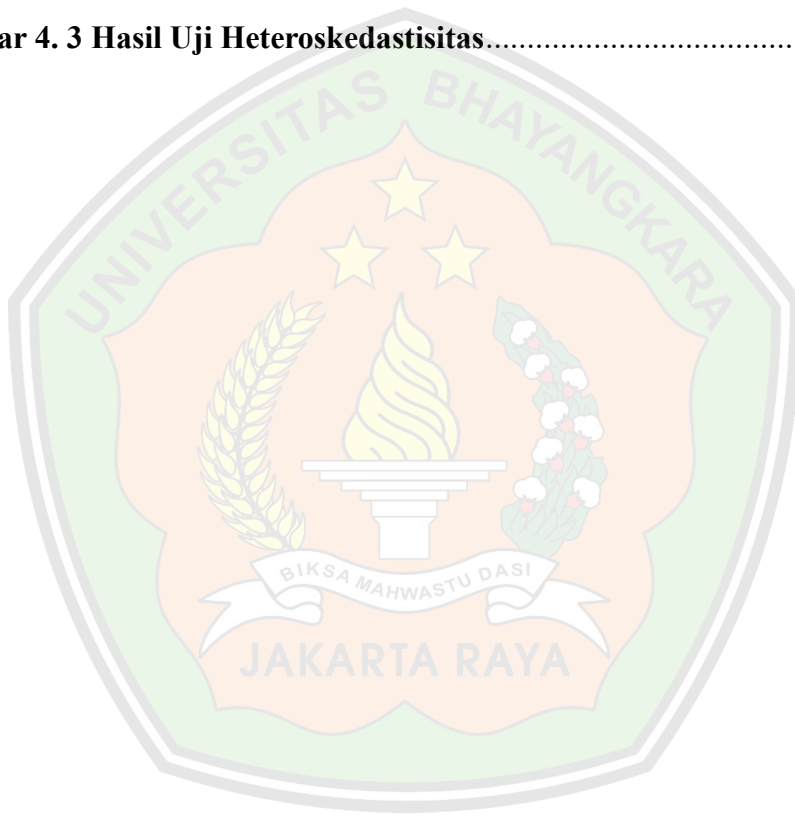
4.7.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.8.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.8.3	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan <i>Influencer Marketing</i> secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
BAB V		69
PENUTUP		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70
5.3	Keterbatasan Penelitian	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penilaian dan Ulasan Produk Avoskin	4
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Produk	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	46
Tabel 4. 2 Hasil Karakteristik Responden Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Hasil Karakteristik Responden Usia	47
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	48
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2).....	49
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Influencer Marketing (X3).....	50
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (X3).....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas (X1)	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas (X2).....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas (X3)	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas (Y).....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	60
Tabel 4. 17 Hasil Uji f.....	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Skincare lokal Terlaris	2
Gambar 1. 2 Akun TikTok @tasyafarasya.....	7
Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survei	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4. 1 Produk Skincare Avoskin	44
Gambar 4. 2 Sociolla Summarecon Mall Bekasi.....	45
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	80
Lampiran 2 Uji Referensi	82
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 4 Tabulasi Data	97
Lampiran 5 Hasil Uji IBM SPSS 26	108
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	116
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	119

