

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VIVA COSMETICS
MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi
Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI



OLEH:

RASYIDA YANUARDI

202110325268

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetic Melalui
Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rasyida Yanuardi

Nomor Pokok : 202110325268

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

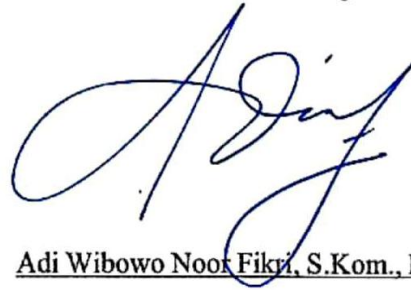
Dosen Pembimbing I



Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si

NIDN. 0331086601

Dosen Pembimbing II



Adi Wibowo Nook Fikri, S.Kom., MBA

NIDN. 0325027901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetics Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rasyida Yanuardi

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325268

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM., MBA., CMA.
NIDN. 0322086605

Sekretaris Tim Penguji : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST. MM
NIDN. 0329017202

Penguji : Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si
NIDN. 0331086601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Rasyida Yanuardi
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325268
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Februari 2003
Alamat : Villa Gading Baru B/A 1 No. 67,
RT.012/RW.011, Kelurahan Kebalen,
Kecamatan Babelan, Bekasi Utara

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetics Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan 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, 28 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Rasyida Yanuardi
202110325268

ABSTRAK

Rasyida Yanuardi, 202110325268. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetics Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Kepercayaan Konsumen (Z) Produk Viva Cosmetics Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 135 responden dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Analisis data menggunakan pengujian hipotesis dengan teknik analisis data yaitu pemodelan persamaan struktural atau SEM-PLS dengan bantuan *software* SMARTPLS 4.1.1.2.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, serta kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kepercayaan konsumen mampu menjembatani pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan jika kepercayaan konsumen memiliki peran penting sebagai perantara dalam membentuk keputusan pembelian, khususnya pada produk Viva Cosmetics yaitu Viva Whitening Cream.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Kepercayaan Konsumen

ABSTRACT

Rasyida Yanuardi, 202110325268. The Influence of Product Quality and Price on the Purchase Decision of Viva Cosmetics Products Through Consumer Trust as an Intervening Variable (Case Study of Students in the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, Bhayangkara University, Greater Jakarta)

This study aims to determine the effect of product quality (X1) and price (X2) on purchasing decisions (Y) through consumer trust (Z) of Viva Cosmetics products on students of Bhayangkara University, Greater Jakarta. The type of research used is quantitative with non-probability sampling method with purposive sampling technique. The population of this study were undergraduate students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, Bhayangkara University, Greater Jakarta. The sample in this study amounted to 135 respondents by distributing questionnaires via google form. Data analysis using hypothesis testing with data analysis techniques, namely structural equation modeling or SEM-PLS with the help of SMARTPLS 4.1.1.2 software.

The research results show that product quality and price have a positive and significant effect on consumer confidence, and consumer confidence has a positive and significant effect on purchasing decisions. In addition, consumer confidence is able to bridge the influence of product quality and price on purchasing decisions. This shows that consumer confidence has an important role as an intermediary in shaping purchasing decisions, especially in Viva Cosmetics products, namely Viva Whitening Cream.

Keywords : Product Quality, Price, Purchase Decision, Customer Trust

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Cosmetics Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan program studi serta untuk memperdalam pemahaman penulis tentang pentingnya penerapan strategi pemasaran, khususnya pada kualitas produk dan harga. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Irjen, Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) 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. Supriyanto, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing saya selama di kampus ini

5. Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi.
6. Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi.
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Ayah dan Ibu tercinta, Bapak Yanuardi dan Ibu Syafnimar atas doa, dukungan, dan kasih sayangnya, serta kepada adik kandung saya Nurut Aulia yang telah membantu menyediakan laptopnya guna mendukung proses penyusunan skripsi dengan lancar.
8. Kepada teman-teman seperjuangan saya yang telah senantiasa membantu, menjadi penyemangat sekaligus bagian selama perjalanan skripsi ini.
9. Terima Kasih juga saya sampaikan kepada para musisi, diantaranya Tulus, NCT, Girls Generation, dan SZA yang melalui karya-karyanya telah menemani setiap langkah penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2025

Rasyida Yanuardi
202110325268

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	19
BAB 2 TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Telaah Teoritis	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Keputusan Pembelian	20
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	24
2.1.4 Kualitas Produk	27
2.1.5 Harga.....	29
2.2 Telaah Empiris.....	30
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39

3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Tahapan Penelitian.....	39
3.3 Model Konseptual.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.2 Teknik Pengolahan Data.....	43
3.7 Definisi Operasional dan skala pengukuran	44
3.7.1 Definisi Operasional	44
3.7.2 Skala Pengukuran	46
3.8 Metode Analisis data	46
3.8.1 Uji Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	47
3.8.2 Uji Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	49
3.8.3 Pengujian Signifikansi dan Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil Badan Usaha	52
4.1.2 Profil Brand Viva Cosmetics	53
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	54
4.2 Deskripsi Data	55
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan kuesioner	55
4.3 Identitas Responden.....	57
4.4 Hasil Analisis Data	59
4.4.1 Analisis <i>Outer Models</i> (Model Pengukuran).....	59
4.4.2 Analisis <i>Inner Models</i> (Structural Model).....	65
4.4.3 Pengujian Hipotesis	67
4.5 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Perbandingan harga produk whitening cream.....	8
Table 2. 1 Telaah Empiris.....	30
Table 3. 1 Operasional Variabel	44
Table 3. 2 Skala Pengukuran	46
Table 4. 1 Responden Menurut Jenis Kelamin	57
Table 4. 2 Responden Menurut Usia.....	57
Table 4. 3 Responden Menurut Angkatan	58
Table 4. 4 Responden Menurut Kelas.....	58
Table 4. 5 Hasil <i>Outer Loading</i>	60
Table 4. 6 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	62
Table 4. 7 Hasil <i>Cross Loading</i>	62
Table 4. 8 Hasil <i>Internal Consistency Reliability</i>	64
Table 4. 9 Hasil R - Square.....	65
Table 4. 10 Hasil Q - Square.....	67
Table 4. 11 Hasil Koefisien Jalur (<i>Direct Effect</i>).....	68
Table 4. 12 Hasil <i>Indirect Effect</i>	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi Masyarakat terhadap <i>Brand Skincare</i> (2024).....	2
Gambar 1. 2 10 Merek Pelembap Wajah dengan Pangsa Pasar Terbesar <i>e-commerce</i> Indonesia (Januari-Juli 2024).....	3
Gambar 1. 3 Produk Viva Cosmetics yang paling banyak digunakan Mahasiswa	4
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survei Kualitas Produk (X1).....	6
Gambar 1. 5 Ulasan Konsumen Pada Kualitas produk Viva Whitening Cream.....	7
Gambar 1. 6 Hasil Pra-Survei Harga (X2).....	9
Gambar 1. 7 Ulasan Konsumen Pada Harga Viva Whitening Cream.....	10
Gambar 1. 8 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian (Y).....	11
Gambar 1. 9 Hasil Pra-Survei Kepercayaan Konsumen (Z).....	12
Gambar 1. 10 Ulasan Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Viva.....	14
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Logo Viva Cosmetics	52
Gambar 4. 2 Produk Viva Whitening Cream	53
Gambar 4. 3 Hasil Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	59
Gambar 4. 4 Hasil Inner Model	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Uji Plagiarisme Skripsi.....	87
Lampiran 1. 2 Uji Referensi Skripsi	89
Lampiran 1. 3 Lembar Kuesioner	97
Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Penelitian.....	103
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Smart PLS	118
Lampiran 1. 6 Surat Permohonan Penelitian	123
Lampiran 1. 7 Buku Bimbingan.....	125
Lampiran 1. 8 Daftar Riwayat Hidup.....	127

