



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING DI KOTA TANGERANG**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

ERIKA SAPUTRI

43122010040

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING DI KOTA TANGERANG**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

ERIKA SAPUTRI

43122010040

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Saputri

NIM : 43122010040

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

”Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Tangerang” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Juni 2026



Erika Saputri

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ERIKA SAPUTRI
NIM : 43122010040
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KOTA TANGERANG
Hasil Pengecekan Turnitin : 21%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **21%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 August 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Agustus/27/0000001239/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Erika Saputri
NIM : 43122010040
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SCARLETT WHITENING DI KOTA TANGERANG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

NIDN/NUPTK: 0315057602

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266555



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Tangerang”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE.,MM selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini dan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Tine Yulianti, S.Par, MM, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Erika Saputri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Saputri
NIM : 43122010040
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 – Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Tangerang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Erika Saputri)

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Tangerang**

ERIKA SAPUTRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening di Kota Tangerang. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan atau membeli produk Scarlett Whitening di Kota Tangerang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software SmartPLS 4.0*. Analisis data meliputi pengujian *outer model* yang terdiri dari uji validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan *Cronbach's Alpha*, serta pengujian *inner model* yang meliputi *R-Square*, *F-Square*, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening di Kota Tangerang. Sementara itu, Kualitas Produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap citra merek yang kuat serta promosi yang efektif mampu meningkatkan keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Namun, kualitas produk yang dirasakan konsumen belum menjadi faktor utama yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di Kota Tangerang.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

***The Influence of Brand Image, Product Quality, and Promotion on Purchasing
Decisions for Scarlett Whitening Products in Tangerang City***

ERIKA SAPUTRI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Promotion on Purchasing Decisions of Scarlett Whitening products in Tangerang City. The independent variables in this study consist of Brand Image, Product Quality, and Promotion, while the dependent variable is Purchasing Decisions. The population in this study are consumers who have used or purchased Scarlett Whitening products in Tangerang City. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 110 respondents. Data collection was carried out through online questionnaires. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS 4.0 software. Data analysis includes outer model testing consisting of convergent validity, discriminant validity, composite reliability, and Cronbach's Alpha, as well as inner model testing including R-Square, F-Square, and hypothesis testing. The results of the study indicate that Brand Image and Promotion have a positive and significant effect on Purchasing Decisions of Scarlett Whitening products in Tangerang City. Meanwhile, product quality has a positive but insignificant effect on purchasing decisions. This finding suggests that consumer perceptions of a strong brand image and effective promotion can increase purchasing decisions for Scarlett Whitening products. However, perceived product quality is not yet a major factor significantly influencing purchasing decisions for Scarlett Whitening products in Tangerang City.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 <i>Stimulus Organism Response</i>	19
2.1.3 <i>Sustainable Developments Goals</i>	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.5 Citra Merek.....	26
2.1.6 Kualitas Produk	30
2.1.7 Promosi.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	42

2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
3.1.1 Waktu Penelitian	47
3.1.2 Tempat Penelitian	47
3.2 Desain Penelitian	47
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	48
3.3.1 Definisi Variabel.....	48
3.3.2 Operasional Variabel	50
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	52
3.5 Populasi dan Sampel.....	52
3.5.1 Populasi	52
3.5.2 Sampel	53
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.7 Metode Analisis Data	54
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2 Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	55
3.7.3 Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
3.7.4 Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	59
4.2 Statistik Deskriptif.....	60
4.2.1 Deskripsi Responden	61
4.2.2 Deskripsi Variabel	65
4.3 Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	70
4.3.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	86

4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Simpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	50
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 2 Usia Responden	62
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	63
Tabel 4. 4 Pengeluaran Responden dalam Membeli Produk Skincare	64
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Citra Merek	65
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Kualitas Produk	66
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Promosi	67
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Keputusan Pembelian	69
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity (Outer Loadings) (Sebelum Modifikasi)	72
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Outer Loadings) (Modifikasi 1)	74
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian AVE (Average Variance Evtracted)	75
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity	76
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Fornell-Larcker Criterion	78
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	79
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	80
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian R-Square	81
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian F-square	82
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Top 10 Beauty & Care Tertinggi.....	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Scarlett Whitening	4
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Scarlett Whitening Periode Bulan Agustus hingga Oktober 2024.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4. 1 Hasil Uji Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi)	72
Gambar 4. 2 Hasil Uji Algoritma PLS (Modifikasi 1)	74
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	102
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Responden.....	112
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Variabel	114
Lampiran 5 Hasil Output PLS.....	117

