



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK PARFUM MYKONOS
(Studi pada Konsumen Mykonos)**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

MUHAMMAD RAFLY IRAWAN

43119010400

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PARFUM MYKONOS
(Studi pada Konsumen Mykonos)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Muhammad Rafly Irawan

43119010400

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafly Irawan

NIM : 43119010400

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah mumi hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juni 2025

UNIVERSI
MERCU BUANA



Muhammad Rafly Irawan
NIM: 43119010400

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

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: MUHAMMAD RAFLY IRAWAN
NIM	: 43119010400
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PARFUM MYKONOS (Studi pada Konsumen Mykonos)
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, 07 September 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/September/07/0000001297/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Rafly Irawan
NIM : 43119010400
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Parfum Mykonos (Studi Pada Konsumen Mykonos)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 16 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. Janfry Sihite, S.E., MSM
NIDN/NUPTK: 0311018004

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-08266515



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PARFUM MYKONOS (STUDI PADA KONSUMEN MYKONOS)”**

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Bapak Janfry Sihite, Dr. S.E, MSM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan saran, serta waktu luang selama bimbingan.

Selama Proses penelitian dan penyusunan proposal skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, nasehat, maupun semangat sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala rendah hati peneliti ingin berterima kasih kepada 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. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen.
4. Janfry Sihite, Dr. SE, MSM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Teruntuk kedua Orang Tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh, doa, serta motivasi.

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, 25 Juni 2025

Muhammad Rafly Irawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Muhammad Rafly Irawan
NIM : 43119010400
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ SI Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK PARFUM MYKONOS (STUDI PADA KONSUMEN
MYKONOS)

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/formatkan, 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, 07 September 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rafly Irawan

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PARFUM MYKONOS

(Studi Pada Konsumen Mykonos)

MUHAMMAD RAFLY IRAWAN

ABSTRAK

Keputusan konsumen dalam membeli sebuah banyak terpengaruhi tiga aspek utama, yaitu kualitas produk, harga, dan peran *influencer*. Riset ini bersifat eksplanatori dan bertujuan mengungkap seberapa jauh ke-3 aspek ini menyalurkan pengaruh pada keputusan pembelian pada produk parfum Mykonos di wilayah DKI Jakarta. Objek penelitian adalah para pengguna parfum Mykonos, dengan teknik perolehan sampel *purposive sampling* melewati pendekatan kuantitatif deskriptif. Total responden yang terlibat berjumlah 151 orang, dengan data dihimpun melewati angket berskala Likert serta dianalisa melewati *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Temuan studi mengonfirmasi ketiga variabel tersebut menyalurkan pengaruh positif nyata pada keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Di antara ketiganya, *influencer* tercatat sebagai faktor dengan pengaruh paling besar. Nilai *R-Square* 0,734 mengindikasikan 73,4% variasi dalam keputusan pembelian bisa diterangkan ketiga variabel tersebut, 26,6% lainnya terpengaruhi aspek-aspek pada luar model ini. Implikasinya, semakin baik kualitas produk, kian pas harga yang ditetapkan, serta kian kredibel serta menarik sosok *influencer* yang digandeng, kian tinggi dorongan pelanggan guna membeli. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar perusahaan tetap menjaga kualitas produknya, menerapkan harga yang bersaing, serta menggandeng *influencer* yang kredibel serta relevan target pasar guna mendorong keputusan pembelian sekaligus memperkuat posisi produk di industri parfum lokal.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan *Influencer*, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
INFLUENCERS ON PURCHASE DECISIONS FOR MYKONOS
PERFUME PRODUCTS
(A STUDY OF MYKONOS CONSUMERS)**

MUHAMMAD RAFLY IRAWAN

ABSTRACT

Consumer decisions to purchase a product are largely shaped by three key aspects: product quality, price, also the involvement of influencers. This explanatory study aims to determine how far these three aspects affect purchasing decisions for Mykonos perfume products in the DKI Jakarta area. The study focuses on Mykonos perfume users as its subjects, using a purposive sampling technique combined with a quantitative descriptive approach. A total of 151 respondents took part, with data gathered through Likert-scale questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results confirm product quality, price, and influencer presence each exert a significant positive influence on purchasing decisions, both jointly also individually. Among the three, the influencer factor emerged as the most dominant. An R-Square value of 0.734 shows 73.4% of the variation in purchasing decisions can be explained by these three variables, the remaining 26.6% stems from factors outside this model. These results suggest that better product quality, more appropriate pricing, and greater credibility and appeal of the influencers involved all contribute to stronger consumer purchasing decisions. Accordingly, companies are advised to maintain product quality, set competitive prices, also select credible influencers aligned with their target market in order to boost purchasing decisions and strengthen competitiveness in the local perfume industry.

Keywords: *Product Quality, Price and Influencers, Purchasing Decision.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGASAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Perilaku Konsumen	15
3. Kualitas Produk	18
4. Harga	21
5. Influencer	25
6. Keputusan Pembelian	29
7. Penelitian Terdahulu	33
B. Pengembangan Hipotesis	37
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	38

3.	Pengaruh Influencer terhadap Keputusan pembelian	39
4.	Kerangka Berfikir	40
BAB III METODE PENELITIAN		43
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	43
B.	Desain Penelitian	43
C.	Definisi dan Operasional Variabel	44
1.	Definisi Variabel	44
2.	Operasionalisasi Variabel	46
D.	Skala Pengukuran	49
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	50
1.	Populasi Penelitian	50
2.	Sampel Penelitian	50
F.	Metode Pengumpulan Data	51
G.	Metode Analisis Data	52
1.	Analisis Deskriptif	52
2.	Analisis Partial Least Square	53
3.	Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
4.	Analisa Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
A.	Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	59
B.	Statistik Deskriptif	60
1.	Deskripsi Responden	60
2.	Deskripsi Variabel	62
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	65
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
2.	Hasil Pengujian Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	72
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		91

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Hasil Pra Survey	9
2. 1	Penelitian Terdahulu	33
3. 1	Operasional Variabel Kualitas Produk	47
3. 2	Operasional Variabel Harga	47
3. 3	Operasional Variabel Influencer	48
3. 4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	48
3. 5	Skala Likert	50
4. 1	Gender Responden	60
4. 2	Usia Responden	61
4. 3	Pendidikan Responden	61
4. 4	Deskriptif Jawaban Responden pada Indikator Kualitas Produk	62
4. 5	Deskriptif Jawaban Responden pada Indikator Harga	63
4. 6	Deskriptif Jawaban Responden pada Indikator Influencer	63
4. 7	Deskriptif Jawaban Responden pada Indikator Keputusan Pembelian	64
4. 8	Hasil Pengujian Convergent Validity	66
4. 9	Hasil Pengujian Cross Loading	69
4. 10	Data Hasil Pengujian Fornell-Larcker	70
4. 11	Data Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	71
4. 12	Hasil Pengujian Composite Reliability	72
4. 13	Hasil Pengujian R-Square	73
4. 14	Hasil Pengujian F-Square	74
4. 15	Hasil Pengujian Hipotesis	75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Produk Parfum Mykonos	2
1. 2	Grafik Top Brand Parfum	4
1. 3	Influencer Mykonos	5
1. 4	Grafik Penjualan Mykonos	6
2. 1	Kerangka Konseptual	41
4. 1	Hasil Pengolahan PLS Algorithm	68
4. 2	Hasil Pengujian Bootstrapping	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	95
Lampiran 3 Hasil Smart-PLS	100

