PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK MAKE OVER

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

SYASYI DWI ANIQAH

43122010364

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

(2026)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK MAKE OVER

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SYASYI DWI ANIQAH
43122010364

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

(2026)

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Syasyi Dwi Aniqah
NIM	: 43122010364
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Make Over" 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, 19 Agustus 2026



Syasyi Dwi Aniqah

43122010358

lib.mercubuana.ac.id

	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	: SYASYI DWI ANIQAH
NIM	: 43122010364
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK MAKE OVER
Hasil Pengecekan Turnitin	: 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** 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, 10 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/10/0000001364/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Syasyi Dwi Aniqah
NIM	:	43122010364
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Make Over

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 Agustus 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. H. Suprapto, M.Si
NIDN/NUPTK: 0307066901

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266716

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk kosmetik Make Over"**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terimah kasih khusus kepada Bapak Dr. H Suprapto, M.Si selaku dosen pembimbing, atas waktu bimbingan, dan saran berharga yang telah diberikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin 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, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marpala, S.E., MM., selaku Ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., MM., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Para dosen di FEB 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.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, Bapak Syahril dan Ibu Asni yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas semua kasih sayang yang tidak pernah berhenti, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya serta pengorbanan yang tak terhitung selama ini. Setiap pencapaian dalam hidup penulis tidak lepas dari doa dan perjuangan Bapak dan Ibu yang luar biasa.
8. Kepada kakak terkasih, Ghali Rizqullah dan adek Moh. Faiz Akbar, terima kasih atas dukungan, doa, arahan, dan nasihat yang diberikan, sehingga penulis dapat tetap fokus dan tenang dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seseorang yang istimewa, Difa Maruf Hermansyah kekasih hati yang selalu sabar mendampingi, memberikan semangat di saat penulis merasa lelah, dan menjadi alasan untuk terus melangkah. Terima kasih atas pengertian, dukungan moral, dan cinta yang tak pernah surut.
10. Teman-teman seperjuangan, Putri Anandita Pratama, Azraningtyas Putri Wibowo, Septiana Dewi Romani, Ratna Sari, Salsa Nabila, Silvia Amanda Meilana, yang selalu menjadi tempat bertukar pikiran, berbagi keluh kesah, dan

lib.mercubuana.ac.id

saling menyemangati dalam setiap tahap perjalanan ini. Kalian bukan hanya rekan belajar, tapi juga keluarga yang menguatkan dalam suka dan duka.

11. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
12. Terakhir, untuk diri saya sendiri Syasyi Dwi Aniqah, terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan keteguhan dalam menjalani setiap proses. Terima kasih telah bertahan dan terus melangkah maju hingga skripsi ini bisa terselesaikan.

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. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 20 Juli 2026

Syasyi Dwi Aniqah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Syasyi Dwi Aniqah
NIM	: 43122010364
Fakultas/Program	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Make Over.

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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 1 September 2026

Yang menyatakan,



(Syasyi Dwi Aniqah)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK MAKE OVER

SYASYI DWI ANIQAH

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana harga, kualitas produk, dan desain kemasan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Make Over cosmetics di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif kausal. Dengan menggunakan pendekatan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*, 170 responden yang bertempat tinggal di DKI Jakarta dan pernah membeli atau menggunakan Make Over cosmetic diminta mengisi kuesioner secara online. Data tersebut kemudian dianalisis. Analisis dilakukan terhadap data dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1 dan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Semua hal dipertimbangkan, temuan ini menunjukkan hubungan yang menguntungkan dan signifikan secara statistik antara keputusan pembelian dan desain paket, kualitas produk, dan harga. Harga adalah faktor yang paling tidak berpengaruh dalam menentukan keputusan akhir konsumen untuk membeli, sedangkan kualitas produk dan desain kemasan adalah dua pertimbangan terpenting. Ketiga faktor ini menyumbang 78,7 persen dari variasi dalam keputusan pembelian; faktor tambahan, yang tidak termasuk dalam penelitian ini, menyumbang 21,3 persen sisanya. Hasil survei ini mungkin akan membantu perusahaan ketika mereka merencanakan cara mempromosikan kosmetik Make-Over mereka.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata Kunci : Desain Kemasan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Make Over, DKI Jakarta.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF PACKAGING DESIGN, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON PURCHASE DESICIONS OF MAKE OVER COSMETICS PRODUCTS

SYASYI DWI ANIQAH

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate how price, product quality, and packaging design affect consumers' decisions to buy Make Over cosmetics in DKI Jakarta. The study used a causal quantitative methodology. Using a non-probability sampling approach with purposive sampling, 170 respondents who resided in DKI Jakarta and had bought or used Make Over cosmetic goods were asked to fill out an online questionnaire. This data was then analysed. An analysis was conducted on the data using SmartPLS 4.1 software and the Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) approach. All things considered, the findings point to a favourable and statistically significant relationship between purchase decision and package design, product quality, and price. Price is the least influential factor in determining a consumer's final decision to buy, whereas product quality and packaging design are the two most important considerations. These three factors account for 78.7 percent of the variation in purchase decisions; additional factors, not included in this study, account for the remaining 21.3 percent. The results of this survey will perhaps help the corporation when they are planning how to promote their Make Over cosmetics.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keywords *: Packaging Design, Product Quality, Price, Purchase Decision,* Make Over, DKI Jakarta.

lib.mercubuana.ac.id

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
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 9
2.1 Kajian Pustaka 9
2.1.1 Manajemen Pemasaran 11
2.1.2 Perilaku Konsumen 10
2.1.3 Desain Kemasan 11
2.1.4 Kualitas Produk 13
2.1.5 Harga 16
2.1.6 Keputusan Pembelian 17
2.2 Penelitian Terdahulu 21
2.3 Pengembangan Hipotesis 24
2.4 Kerangka Konseptual 26
BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 27

lib.mercubuana.ac.id

3.2 Desain penelitian..... 27
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....28
3.4 Skala Pengukuran..... 30
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....31
3.5.1 Populasi Penelitian.....31
3.5.2 Sampel Penelitian..... 32
3.6 Teknik Pengumpulan Data..... 32
3.7 Metode Analisis.....33
3.7.1 Uji Instrumen.....33
3.7.2 Evaluasi Measurement Model (*Outer Model)*..... 33
3.7.3 Uji Hipotesis (*Inner Model)*..... 34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 36
4.1 Analisis Deskriptif..... 36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 36
4.2 Statistik Deskriptif..... 37
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden..... 37
4.2.2 Deskriptif Variabel..... 39
4.3 Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)..... 47
4.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model)*..... 47
4.3.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Inner Model)*..... 53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... 57
4.4.1 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian..... 57
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... 58
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... 59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 60
5.1 Kesimpulan..... 60
5.2 Saran..... 60
DAFTAR PUSTAKA..... 62
LAMPIRAN..... 66

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei Kosmetik Make Over..... 5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....28
Tabel 3.2 Skala Likert.....31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... 38
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Desain Kemasan..... 39
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk..... 41
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga..... 43
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... 44
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Outer Loadings..... 47
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)..... 49
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornel-Larcker Criterion)..... 50
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)..... 50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)..... 51
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Composite Reliability (Uji Reliabilitas)..... 52
Tabel 4.14 Hasil Pengujian R-Square..... 53
Tabel 4.15 Hasil Pengujian F-Square..... 53
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Predictive Relevance (Q^2)..... 54
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis..... 56
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Model Fit..... 57

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pasar Kosmetik di Indonesia.....2
Gambar 1.2 Top Brand Index Make Over 2024 – 2025.....3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....34
Gambar 4.1 Hasil Uji PLS-SEM Algoritma..... 48
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Boothstrapping.....55

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... 66
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner..... 71
Lampiran 3. Hasil Jawaban Data Diri Responden..... 88
Lampiran 4. Hasil Jawaban Pertanyaan Variabel..... 89
Lampiran 5. Hasil Pengujian *Outer Model*..... 95
Lampiran 6. Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Inner Model)*..... 99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id