PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI DKI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

SEPTIANA DEWI ROMANI
43122010331

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

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI DKI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SEPTIANA DEWI ROMANI
43122010331

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

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Septiana Dewi Romani
NIM	: 43122010331
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di DKI Jakarta" adalah hasil karya 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 pernyatuan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 13 Agustus 2026



Septiana Dewi Romani
43122010331

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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	: SEPTIANA DEWI ROMANI
NIM	: 43122010331
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI DKI JAKARTA
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, 08 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/08/0000001319/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Septiana Dewi Romani
NIM	:	43122010331
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 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

Muhammad Nashar D, S.E., MBA
NIDN/NUPTK: 0404066802

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-08266642

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 Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di DKI Jakarta". 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 dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membant proses penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ir. 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. Bapak Muhammad Nashar D, S.E., MBA selaku dosen pembimbing, Terimakasih atas waktu, bimbingan, dan saran berharga yang telah diberikan.
5. Ibu Dr. Ade Permata Surya, S.Gz. M.M Selaku Ketua Penguji dan Bapak Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A Selaku dosen Penguji. Terimakasih telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan arahan, dan saran.
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. Kedua Orang Tua Tercinta, Bapak Romli dan Mamah Kusnani. yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan motivasi dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang yang tidak pernah putus, dukungan tanpa syarat, serta pengorbanan yang tak terhitung selama ini. Setiap pencapaian dalam hidup penulis tidak lepas dari doa dan perjuangan Bapak dan

lib.mercubuana.ac.id

Mamah yang luar biasa. Semoga Bapak dan Mamah sehat, panjang umur dan bahagia selalu.

8. Raihan Nurhakiki. Terima kasih atas kesabaran, semangat, dan dukungan yang tidak pernah putus selama penulis menghadapi proses panjang dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Finayung Mufidz Zahra dan Zakia Dwi Azzahra selaku sahabat penulis, Terima kasih atas semangat yang kalian bagikan, atas candaan yang meringankan beban, dan juga menguatkan langkah penulis untuk terus maju.
10. Putri Anandita Pratama, Salsa Nabila, Azraningtyas Putri Wibowo, Silvia Amanda Meilana, Ratna Sari, dan Syasyi Dwi Aniqah selaku Sahabat seperjuangan penulis yang tersayang yang tidak hanya hadir sebagai teman belajar, tetapi juga sebagai penyemangat, pendengar, dan sumber informasi yang begitu berarti. Terima kasih telah setia menemani setiap proses, dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
11. Seluruh teman - teman penulis yang senantiasa memberi saran, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkah yang dilewati untuk mencapai gelar sarjana dengan 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, 13 Agustus 2026



Septiana Dewi Romani

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 : Septiana Dewi Romani

NIM : 431220103331

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di DKI Jakarta

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, 31 Agustus 2026.
Yang menyatakan,



(Septiana Dewi Romani)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI DKI JAKARTA

SEPTIANA DEWI ROMANI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan menganalisis bagaimana Pengaruh Promosi penjualan, Kualitas produk, dan Citra merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di wilayah DKI Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan sebab-akibat. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara online kepada 160 responden yang pernah membeli atau memakai produk Scarlett Whitening dan tinggal di DKI Jakarta, menggunakan metode non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling yang didasarkan pada Partial Least Square (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.1. Penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan, kualitas produk, dan citra merek semua memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membeli. Kualitas produk merupakan faktor yang paling berpengaruh, kemudian diikuti oleh promosi penjualan, dan citra merek memiliki pengaruh yang paling kecil. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 72,6% perbedaan dalam keputusan membeli, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, SEM-PLS

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECTt OF SALES PROMOTION, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECSION OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS IN DKI JAKARTA

SEPTIANA DEWI ROMANI

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence of Sales Promotion, Product Quality, and Brand Image on the purchase decision of Scarlett Whitening products in the DKI Jakarta area. The research method used is quantitative with a causal approach. Data collection was conducted by distributing online questionnaires to 160 respondents who had purchased or used Scarlett Whitening products and resided in DKI Jakarta, using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data were analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) through SmartPLS 4.1 software. The results show that sales promotion, product quality, and brand image all have a positive and significant effect on purchase decisions. Product quality was found to be the most influential factor, followed by sales promotion, while brand image had the smallest influence. Together, these three variables were able to explain 72.6% of the variance in purchase decisions, while the remaining percentage was influenced by other factors not included in this research model. The findings of this study are expected to serve as a reference for companies in designing marketing strategies for Scarlett Whitening products.

Keywords: *Sales Promotion, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision, SEM-pls*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

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**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Kontribusi Penelitian 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **11**
2.1 Kajian Pustaka 11
2.1.1 Manajemen Pemasaran 11
2.1.2 *Theory of Planned Behavior* (TPB) 13
2.1.3 Perilaku Konsumen 15
1.1.4 Keputusan Pembelian 17
2.1.5 Promosi Penjualan 20
2.1.6 Kualitas Produk 23
2.1.7 Citra Merek 24
2.2 Penelitian Terdahulu 26
2.3 Pengembangan Hipotesis 33
2.3.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian..... 33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 34
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 36
2.4 Kerangka Pemikiran 37
BAB III METODE PENELITIAN **39**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 39
3.1.1 Waktu Penelitian 39
3.1.2 Tempat Penelitian 39
3.1.3 Desain Penelitian 39
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 40
3.2.1 Definisi Variabel Penelitian 40
3.2.2 Skala Pengukuran Variabel 40
3.2.3 Operasional Variabel 41
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 45
3.3.1 Populasi 45

lib.mercubuana.ac.id

3.3.2 Sampel Penelitian 45
3.4 Metode Pengumpulan Data 46
3.5 Metode Analisis 46
3.5.1 Analisis Deskriptif 46
3.5.2 Uji Instrumen 48
3.6 Analisis Partial Least Squares 48
3.6.1 Pengertian SEM-PLS (Partial Least Squares) 48
3.6.2 Evaluasi Measurement (outer) 49
3.6.3 Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis (inner) 50
3.6.4 Hasil Pengujian Hipotesis (*Path Coefficient*) 51
3.6.5 Evaluasi Model Fit 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 53
4.2 Statistik Deskriptif 54
4.2.1 Karakteristik Responden 54
4.2.2 Deskriptif Variabel 58
4.3 Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS) 65
4.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*) 65
4.3.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Inner Model*) 73
4.3.3 Uji Hipotesis (Path Coefficient) 75
4.3.4 Model Fit 77
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 77
4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian 77
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian . 78
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian 79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 80
5.1 Simpulan 80
5.2 Saran 80
5.2.1 Bagi Perusahaan 80
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 81
DAFTAR PUSTAKA 82
LAMPIRAN 88

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei Keputusan Pembelian, Loyalitas Merek, dan Minat Beli..... 4
Tabel 1. 2 Pra Survei Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Citra Merek, Harga, Digital Marketing, dan Kemasan..... 5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 26
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert..... 41
Tabel 3. 2 Operasional Variabel..... 42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah membeli atau menggunakan produk Scarlett Whitening minimal 1 kali..... 55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 56
Tabel 4. 4 Karakter Responden Berdasarkan Domisili..... 57
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Promosi Penjualan..... 58
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk..... 60
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Citra Merek..... 61
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... 63
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outer Loadings..... 66
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVEi)..... 68
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Composite Reliability (Uji Realibilitas)..... 69
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)..... 70
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)... 70
Tabel 4. 14 Hasil pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)..... 71
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian R - Square..... 73
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian F-Square..... 73
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Predictive Relevance ($Q2$)..... 74
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis..... 76
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Model Fit..... 77

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce Kuartal I 2025 2
Gambar 1. 2 Total Penjualan Scarlett Whitening 3
Gambar 2. 1 Teori Perilaku Terencana 14
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 37
Gambar 4. 1 Logo dan Produk Scareltt Whitening 53
Gambar 4. 2 Hasil Uji PLS-SEM Algoritma 66
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping 75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian..... 88
Lampiran 2 Jawaban Kuisoner..... 92
Lampiran 3 Hasil Jawaban Data Diri Responden 108
Lampiran 4 Hasil Jawaban Pernyataan Variabel 109
Lampiran 5 Hasil Pengujian Outer Model 114
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Inner Model).....118
Lampiran 7 Bukti Bimbingan Tugas Akhir..... 120
Lampiran 8 Curiculum Vitae..... 121

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id