PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA

(Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

KHOIRISA AISYIYAH RAHMA

43122010455

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA

(Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

KHOIRISA AISYIYAH RAHMA

43122010455

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirisa Aisyiyah Rahma

NIM : 43122010455

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026



Khoirisa Aisyiyah Rahma

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**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	: KHOIRISA AISYIYAH RAHMA
NIM	: 43122010455
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA (Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 17%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **17%** 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, 23 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/23/0000001521/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Khoirisa Aisyiyah Rahma
NIM	:	43122010455
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA (Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 17 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. Tukhas Shilul Imaroh, M.M
NIDN/NUPTK: 0305016801

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-08266564

Scan QR or click here to Verification

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 Kualitas Produk, Harga dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan rasa terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M, selaku dosen pembimbing atas segala waktu, arahan, bimbingan serta masukan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan ilmu yang diberikan sangat berarti serta membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
5. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala doa, kasih sayang, dukungan serta pengorbanan yang telah diberikan tanpa henti. Terima kasih karena selalu menjadi sumber kekuatan dan alasan bagi penulis untuk terus bertahan dalam setiap proses yang tidak lepas dari cinta, kesabaran, dan perjuangan yang selalu menyertai.

lib.mercubuana.ac.id

7. Teman-teman terdekat, Widya Wulandari, Alya Zulfa, Sindy Aldania, Wida Ellya, Megawati, Aulia Zahro, Helmy Almahdali, Dony Darma, yang telah memberikan dukungan, semangat, serta menemani selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bantuan dan perhatian yang menjadi salah satu penyemangat bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang berkepentingan, serta menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 04 Juli 2026

Penulis

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	:	Khoirisa Aisyiyah Rahma
NIM	:	43122010455
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Disertasi	:	PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIVEA (Studi Pada Konsumen Nivea di Jakarta Barat)

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, 26 September 2026

Yang menyatakan,



(Khoirisa Aisyiyah Rahma)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian produk Nivea. Objek penelitian ini adalah konsumen Nivea di wilayah Jakarta Barat yang pernah membeli dan menggunakan produk selama 6 bulan terakhir dan berusia 13-45 tahun. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya persaingan industri *skincare* dan *body care* sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Form*. Sampel terdiri dari 100 responden yang dipilih dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling.* Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, bauran promosi berpengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, variabel harga menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Bauran Promosi; Keputusan Pembelian; Nivea.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and promotion mix on purchasing decisions for Nivea products. The object of this study consists of Nivea consumers in the West Jakarta area who had purchased and used Nivea products within the last six months and were aged 13–45 years. The background of this research is the increasing competition in the skincare and body care industries, which requires companies to understand the factors influencing consumers' purchasing decisions. This study employed a quantitative method, with data collected through an online questionnaire using Google Forms. The sample consisted of 100 respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) 4.0. The results showed that price and product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the promotion mix had a negative but significant effect on purchasing decisions. In addition, price was found to be the most dominant factor influencing purchasing decisions compared to the other variables.

***Keywords**: Product Quality; Price; Promotion Mix; Purchasing Decision; Nivea.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 12
1.3. Tujuan Penelitian 13
1.4. Kontribusi Penelitian 13
1.4.1. Kontribusi Praktis 13
1.4.2. Kontribusi Teoritis 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **15**
2.1. Kajian Pustaka 15
2.1.1. Manajemen Pemasaran 15
2.1.2. Perilaku Konsumen 17
2.1.3. Keputusan Pembelian 22
2.1.4. Kualitas Produk 26
2.1.5. Harga 30
2.1.6. Bauran Promosi 34
2.2. Penelitian Terdahulu 37
2.3. Pengembangan Hipotesis 49
2.3.1. Hubungan Antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. 49

lib.mercubuana.ac.id

2.3.2. Hubungan Antara Harga terhadap Keputusan Pembelian 50
2.3.3. Hubungan Antara Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian. 51
2.4. Kerangka Konseptual 53
BAB III METODE PENELITIAN 54
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian 54
3.2. Desain Penelitian 54
3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 55
3.3.1. Definisi Variabel Penelitian 55
3.4. Operasionalisasi Variabel 58
3.5. Skala Pengukuran Variabel 59
3.6. Populasi Sampel dan Penelitian 60
3.6.1. Populasi Penelitian 60
3.6.2. Sampel Penelitian 61
3.7. Metode Pengumpulan Data 62
3.8. Metode Analisis Data 63
3.8.1. Analisis Deskriptif 63
3.8.2. Uji Instrumen 65
3.8.3. Metode Analisis Partial Least Square 66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 71
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian 71
4.2. Statistik Deskripsif 72
4.2.1. Deskriptif Responden 72
4.2.2. Deskriptif Variabel 76
4.3. Hasil Analisis Data *Partial Least Square* (PLS) 81
4.3.1. Model Pengukuran (*Outer Model*) 82
4.3.2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) 92
4.3.3. Hasil Pengujian Hipotesis 97
4.3.4. Pembahasan Hasil Penelitian 100
BAB V 106
5.1. Kesimpulan 106
5.2. Saran 107

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR PUSTAKA..... 109
LAMPIRAN.....113

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey.....11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel..... 58
Tabel 4. 1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis 72
Tabel 4. 2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia 73
Tabel 4. 3 Deskriptif Responden Berdasarkan Status..... 74
Tabel 4. 4 Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili Jakarta Barat 75
Tabel 4. 5 Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Menggunakan atau Membeli Produk Nivea..... 75
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk 76
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Harga 78
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Bauran Promosi 79
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... 80
Tabel 4. 10 Hasil Uji *Convergent Validity* Berdasarkan Nilai *Outer Loading* 83
Tabel 4. 11 Hasil Uji *Convergent Validity* Berdasarkan Nilai *Outer Loading* Modifikasi 85
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Avarage Variance Extracted (*AVE) 86
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian *Discriminant Validity* (*Cross Loading*) 87
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian *Fornel Larcker Criterion*..... 89
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian *Discriminant Validity* Menggunakan *Haterotrait Monotrait Ratio* (HTMT)..... 90
Tabel 4. 16 Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*..... 91
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas (*Variance Inflation Factor*/VIF)..... 93
Tabel 4. 18 Hasil Uji Nilai *R-Square*..... 94
Tabel 4. 19 Hasil Uji Nilai *Q-Square* 96
Tabel 4. 20 Hasil Uji Nilai *F-Square*..... 97
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis..... 99

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Demografi di indonesia..... 2
Gambar 1. 2 Tren Penjualan Beauty Care Pada Kategori Paket Kecantikan 3
Gambar 1. 3 Penguasa Brand Produk Kecantikan..... 5
Gambar 1. 4 5 Top Brand Body Lotion di Shopee dan Tokopedia..... 6
Gambar 1. 5 10 Alasan Pembelian Suatu Produk Skincare..... 8
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS..... 83
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS Modifikasi 85
Gambar 4. 3 Hasil Uji Boostrapping 98

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id