

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
DENGAN MEMPERHATIKAN HARGA, KUALITAS
PRODUK, PROMOSI PADA PRODUK LIPSTIK SARIAYU**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Ananda Nur Fitri
NIM : 43116010155

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

JAKARTA

2020

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
DENGAN MEMPERHATIKAN HARGA, KUALITAS
PRODUK, PROMOSI PADA PRODUK LIPSTIK SARIAYU**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Ananda Nur Fitri

NIM : 43116010155

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

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Nur Fitri

NIM : 43116010155

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Juli 2020



Ananda Nur Fitri

Nim: 43116010155

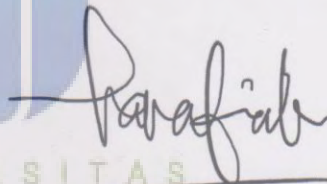
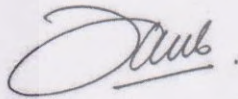
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ananda Nur Fitri
NIM : 43116010155
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Lipstik Sariayu

Tanggal Lulus Ujian : 4 November 2020

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM

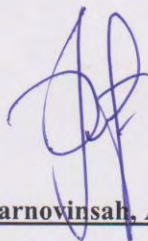
Ali Hanafiah SE, MM

Tanggal : 19/11/2020

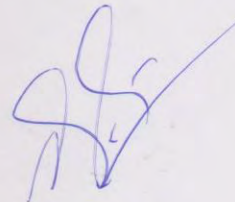
Tanggal : 17/11/2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA.,
CIPSAS., CMA., CSRS.



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

Tanggal :

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli dengan memperhatikan factor-faktor harga, kualitas produk dan promosi. Objek penelitian ini adalah orang yang berminat untuk membeli produk lipstik Sariayu. Penelitian ini dilakukan terhadap 210 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dengan *software Output* pengolahan dengan SPSS 23, 2020 dan Data primer diolah menggunakan Smart-PLS, 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t harga, kualitas produk, promosi berpengaruh signifikan terhadap citra merek dan minat beli lipstik Sariayu, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli lipstik Sariayu.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Minat Beli, Lipstik Sariayu.



ABSTRACT

This study is to determine the effect of brand image on purchase intention by paying attention to price, product quality, and promotion. The object of this study is people who are interested in buying Sariayu lipstick products. This research was conducted on 210 respondents using a quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is statistical analysis with software output processing with SPSS 23, 2020 and primary data processed using Smart-PLS, 2020. The result of this study indicate that the price, product quality, promotion t test has a significant effect on brand image and interest in buying Sariayu lipstick, and brand image has a significant effect on buying interest in Sariayu lipstick.

Keyword: Price, Product Quality, Promotion, Brand Image, Purchase Intention, Sariayu lipstick



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Promosi Pada Produk Lipstik Sariayu.”**

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun dan juga kepada semua pihak lainnya yang membantu :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan dan wawasan yang bermanfaat dan tidak terbatas pada penulis.
5. Kedua orang tua terkasih, saudara dan saudari peneliti atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
6. Teman seperjuangan khususnya Dendy Kurniawan, Alifiane Tiara, Iin Alvina, Galuh Destri, Larasati Indraskinasih, Jessica Marina dan Revita Supardi yang selalu membantu, memberikan semangat, memotivasi dan bertukar pikiran dalam mengerjakan proposal skripsi ini .
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Dengan segenap hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kriteria skripsi yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki peneliti dalam membuat skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan

pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 10 Juli 2020

Ananda Nur Fitri



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Harga	15
3. Kualitas Produk	17
5. Promosi	19
4. Citra Merek	21
6. Minat Beli	23
7. Penelitian Terdahulu	26
B. Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	34
1. Definisi Variabel	34
2. Operasionalisasi variabel.....	36
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi Penelitian	39
2. Sampel Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Metode Analisa Data.....	42
1. IBM SPSS <i>Statistic</i> 23	42
2. Uji Instrumen	43
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	44
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Statistik Deskriptif	51
1. Deskripsi Responden.....	52
2. Deskripsi Variabel	53
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Harga Terhadap Citra Merek.....	73
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	73
3. Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek	74
4. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	74
5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	75
6. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	75
7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan Pasar Industri.....	2
1.2	Top Brand Produk Lipstik	5
1.3	Hasil Pra Survey	6
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	36
3.2	Instrument Skala Likert.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Produk Kecantikan Paling Diminati.....	4
2.1	Komponen bauran pemasaran.....	13
2.2	Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner.....	88
2	Hasil Output SPSS 23.....	91
3	Hasil Output PLS.....	94

