

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK  
MAKE OVER DI JAKARTA BARAT**

**SKRIPSI**



**Nama : Nuraini Fadillah**

**NIM : 43118110275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK  
MAKE OVER DI JAKARTA BARAT**

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



**UNIVERSITAS**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
Nama **U E I** : Nuraini Fadillah

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
NIM : 43118110275

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuraini Fadillah

NIM : 43118110275

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 November 2022



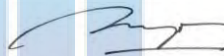
(Nuraini Fadillah)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nuraini Fadillah  
NIM : 43118110275  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Make Over Di Jakarta Barat  
Tanggal Sidang : 17 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 12221909



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak *Make Over*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

3. Dr. H. Sony Indrajaya, Ir., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa untuk kedua orang tua saya yaitu Ibu Sarmi waryati, dan Alm Bapak Arneld Anwar yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Kakak Meidina, Adik Armando dan keluarga besar saya yang telah memberikan semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman dekat saya yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen di program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana dan seluruh staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana, yang telah membantu segala urusan adminstrasi selama proses perkuliahan.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 17 November 2022



(Nuraini Fadillah)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	<b>1</b>
B. Rumusan Masalah .....	<b>8</b>
C. Tujuan Penelitian.....	<b>9</b>
D. Kontribusi Penelitian.....	<b>9</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> ..	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	<b>11</b>
1. Manajemen Pemasaran.....	<b>11</b>
2. Keputusan Pembelian .....	<b>12</b>

3.	Citra Merek .....	17
4.	Harga .....	21
5.	Kualitas Produk .....	24
B.	Penelitian Terdahu.....	27
C.	Pengembangan Hipotesis .....	32
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	32
3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	33
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B.	Desain Penelitian.....	35
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	36
1.	Definisi Variabel .....	36
2.	Operasional Variabel.....	38
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	40
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
1.	Populasi Penelitian .....	41
2.	Sampel Penelitian.....	41
F.	Jenis dan Data Penelitian.....	42
G.	Teknik Pengumpulan Data .....	43



1.	Kuesioner .....	43
2.	Metode kuisisioner online.....	43
H.	Metode Analisis Data .....	44
1.	Analisa Deskriptif .....	44
2.	Uji Instrumen.....	45
3.	Analisis Partial Least Square.....	46
4.	Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS .....	46
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian .....	51
B.	Karakteristik Responden .....	52
1.	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
2.	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	53
3.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	54
C.	Karakteristik Variabel .....	55
1.	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	55
2.	Deskriptif Variabel Citra Merek .....	57
3.	Deskriptif Variabel Harga .....	58
4.	Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	59
D.	Metode Analisis Data .....	60

1.	Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	60
2.	Hasil Uji Inner Model (Model Struktural) .....	68
E.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
1.	Pengaruh citra merek terhdap keputusan pembelian.....	72
2.	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	73
3.	Pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pembelian .....	75
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>76</b>
A.	Kesimpulan.....	76
B.	Saran.....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>
	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Top Brand Index fase 1 2021 Kategori Bedak Muka Tabur dan Bedak Muka Padat .....	4
Tabel 1.2 Data Perbandingan Harga Bedak Brand Local 2020 .....	5
Tabel 1.3 Data Hasil Pra Survey .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.5 Instrument Skala Likert.....	40
Tabel 4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	54
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	57
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel harga.....	58
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity .....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Convergent Validity Re-Eliminasi .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Discriminant validity (cross loading) .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) .....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Average Variance Extraced (AVE).....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alha .....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai R-Square .....	68
Tabel 4.16 Hasil Path Coefficient .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data pertumbuhan pasar kosmetik global (2018-2021).....	2
Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Uji Convergent Validity.....	61
Gambar 4.2 Uji Convergent Validity Re-Eliminasi.....	63
Gambar 4.3 Grafik Nilai R-Square Adjusted.....	69
Gambar 4.4 Hasil Bootstrapping.....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian .....	89
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif .....	110
Lampiran 4 Olah Data Smart PLS .....	114

