

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EMINA**

SKRIPSI



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

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EMINA**

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

SKRIPSI



Nama : Syahnaz Ramadhan S

NIM : 43118010233

MERCU BUANA

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

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syahnaz Ramadhan

NIM : 43118010233

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Oktober 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Syahnaz Ramadhan

NIM: 43118010233

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syahnaz Ramadhan

NIM : 43118010233

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina

Tanggal Lulus Ujian : 19 Oktober 2022

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing,

Ketua Penguji

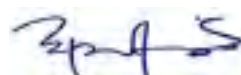


Dr. Yanto Ramli, MM.
Tanggal : 3 November 2022

Dr. Yuli Harwani, M.M.
Tanggal : 3 November 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi Manajemen S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.
Tanggal : 15 November 2022

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.
Tanggal : 15 November 2022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur selalu terucap atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, Tuhan semesta alam, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina.”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr.Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr.H.Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana
4. Teristimewa, Kedua orang tua saya dan kakak saya atas doa serta motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil. Penulis sadar bahwa masih banyak harapan-harapan dari keluarga yang belum penulis wujudkan, akan tetapi dengan sekuat tenaga yang penulis punya, penulis selalu berusaha memberikan yang terbaik.
5. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Teman-teman terbaikku Kiki, Lisyia, Thanti dan Lilia atas bantuan, diskusi serta dukungan moral dalam penyusunan penelitian ini dan mendoakan penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Pers Orientasi atas bantuan dan diskusi, serta dukungan moral dalam penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 Universitas Mercu Buana 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa berjumpa lagi dilain waktu.
9. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me having me days off. I wanna thank me for never quitting.*
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

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 penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 19 Oktober 2022

Syahnaz Ramadhan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Citra Merek	18
3. Kualitas Produk	21
4. Persepsi Harga	25
5. Keputusan Pembelian	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	34
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	34
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	35
D. Kerangka Konseptual	36

BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif.....	47
2. Uji Instrumen	48
3. <i>Partial Least Squares (PLS)</i>	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Obyek Perusahaan	55
B. Statistik Deskriptif	56
1. Deskripsi Responden	57
2. Deskripsi Variabel	57
C. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	64
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	64
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	71
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	75
D. Pembahasan	78
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Daftar Kosmetik Lokal yang memiliki Kualitas Premium	7
1.2	<i>Survei Pra Survey</i>	12
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2	Skala Likert	43
4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin	57
4.2	Karakteristik Responden Usia	57
4.3	Karakteristik Responden Status Pekerjaan	58
4.4	Karakteristik Responden Pendapatan Perbulan	59
4.5	Deskripsi Variabel Citra Merek	60
4.6	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	61
4.7	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	62
4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	63
4.9	<i>Outer Loading</i>	65
4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	66
4.11	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	68
4.12	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	69
4.13	Hasil Uji Discriminat Validity (Fornell Larcker Critetion)	69
4.14	Hasil Uji HTMT.....	70
4.15	Hasil Pengujian Composite Reliability	71
4.16	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha.....	71
4.17	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	72
4.18	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	73
4.19	Hasil Uji F-Square	73
4.20	Hasil Uji VIF	74
4.21	Hasil Pengujian Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Produk yang Banyak Beredar di Indonesia Tahun 2018 - 2020	2
1.2	Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	3
1.3	Top 5 Most Talked About Brands On Twitter Tahun 2017	5
1.4	Merek Kosmetik Lokal Populer	6
1.5	Merek Penguasa Liptin di Marketplace Tahun 2020 ..	8
2.1	Kerangka Konseptual	36
4.1	Hasil Algoritma PLS	66
4.2	Pengujian Instrumen Dengan Algoritma PLS (Modifikasi)	67
4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 2	Hasil output PLS	93

