

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
GETOK TULAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AVOSKIN BEAUTY MIRACULOUS REFINING TONER DI  
WILAYAH DKI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**



**Nama: Nadya Pramestie**

**NIM: 43118010416**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
GETOK TULAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AVOSKIN BEAUTY MIRACULOUS REFINING TONER DI  
WILAYAH DKI JAKARTA SELATAN**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas

Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama: Nadya Pramestie  
NIM: 43118010416

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Pramestie

NIM : 43118010416

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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, 27 Oktober 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Nadya Pramestie

NIM: 43118010416

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nadya Pramestie  
NIM : 43118010416  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Getok Tular terhadap Keputusan Pembelian Avoskin Beauty Miraculous Refining Toner di Wilayah DKI Jakarta Selatan  
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2022

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 11221806



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Getok Tular terhadap Keputusan Pembelian Avoskin Beauty Miraculous Refining Toner di Wilayah DKI Jakarta Selatan”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Yuli Harwani, MM. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

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

3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmunya dan pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis;
5. Bapak dan ibu di bagian administrasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala administrasi selama perkuliahan;
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Arkodi dan Ibu Eny Widijaningsih yang selalu memberikan doa, dorongan, dukungan, motivasi, pengertian, dan kasih sayang serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
7. Sahabat penulis, terima kasih sudah selalu ada dan menyemangati penulis. Terima kasih atas bantuan dan doanya selama dalam penulisan skripsi ini.
8. Terima kasih Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang tergabung dalam grup BTS (Bangtan Sonyeondan) atas karya-karyanya yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian 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 hati, 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, 26 Juli 2022



Nadya Pramestie



## DAFTAR ISI

<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>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Manajemen Pemasaran .....	14
2. Pemasaran .....	17
3. Perilaku Konsumen .....	19
4. Kualitas Produk .....	23
5. Persepsi Harga .....	27
6. Getok Tular.....	29
7. Keputusan Pembelian .....	32
8. Penelitian Terdahulu.....	39
B. Hubungan Antar Variabel.....	41
C. Kerangka Konseptual.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>



A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
B. Desain Penelitian .....	45
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
1. Variabel bebas ( <i>independent variable</i> ).....	46
2. Variabel Terikat ( <i>dependent variable</i> ) .....	47
D. Operasionalisasi Variabel .....	48
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
F. Metode Pengumpulan Data.....	52
G. Metode Analisis Data .....	53
1. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	53
2. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	57
B. Statistik Deskriptif.....	58
1. Deskripsi Responden.....	58
2. Deskripsi Variabel .....	61
C. Metode Analisis Data Partial Least Square .....	68
1. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS .....	69
D. Pembahasan.....	81
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
3. Pengaruh Getok Tular Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Perempuan Indonesia memilih Produk Skincare Tahun 2019	3
Gambar 1.2 Survey Skincare Favorit Pembeli Berlada di Dagang-el.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	44
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS.....	70
Gambar 4.2 Hasil PLS Algorithm (Modifikasi).....	72
Gambar 4.3 Hasil <i>Boostrapping</i> .....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Pra Survey .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga .....	49
Tabel 3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	49
Tabel 3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 3.5 Skala Likert .....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	61
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	63
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Getok Tular.....	64
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) .....	73
Tabel 4.11 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker) .....	74
Tabel 4.12 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker) (Modifikasi) .....	75
Tabel 4.13 Hasil pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
Tabel 4.14 Hasil uji <i>R-Square</i> .....	77
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Boostrapping</i> ).....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	91
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner .....	95
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden .....	112
Lampiran 4 : Deskriptif Jawaban Responden .....	113
Lampiran 5: Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	119
Lampiran 6: Hasil Pengujian <i>Boostrapping</i> .....	123

