

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
NATURE REPUBLIC DI JAKARTA BARAT

SKRIPSI



Nama :Luthfia Rahmatul Farida

Nim :43117010263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
NATURE REPUBLIC DI JAKARTA BARAT**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen S1 Universitas Mercu Buana



Nama :Luthfia Rahmatul Farida  
Nim : 43117010263

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

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Luthfia Rahmatul Farida  
NIM : 43117010263  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas produk, Citra Merek dan Harga terhadap  
Keputusan Pembelian pada produk Naure Republic di  
Jakarta Barat

Tanggal Lulus Ujian : 17 November 2022

Disahkan Oleh  
Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E.,M.M

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi SI Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si



Dr. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 11221882



Please Scan QR Code to

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Luthfia Rahmatul Farida

Nim : 43117010263

Program Studi : Manajemen S1

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 Jakarta, 17 November 2022  
MERCU BUA



Luthfia Rahmatul Farida

43117010263

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic di Jakarta Barat”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Ibu Aldina Shiratina, SE., M.Si., Dr. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan semangat, pengetahuan dan nasehat yang bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. H Sonny Indrajaya, MM selaku ketua program studi Manajemen S1.

5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan dedikasinya dan keikhlasannya dalam mencurahkan segala ilmu yang telah diberikan kepada kami.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu melakukan penelitian ini.
7. Teristimewa, kedua orang tuaku dan adik-adikku yang tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral, dan material yang tiada henti kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki. Selain itu, dengan segenap ketulusan hati dan kerendahan diri penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan terutama untuk penulis dan pembaca umumnya.

Jakarta, 01 September 2022

Luthfia Rahmatul Farida

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang penelitian .....	1
B. Rumusan masalah.....	17
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Kontribusi Penelitian .....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>19</b>
A. Kajian Pustaka .....	19
1. Pengertian Pemasaran .....	19
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
b. Pengertian Bauran Pemasaran .....	20
2. Pengertian Perilaku Konsumen .....	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
b. Proses Keputusan Pembelian .....	23
c. Dimensi Keputusan Pembelian .....	26

d.	Indikator Keputusan Pembelian .....	29
3.	Pengertian produk .....	30
a.	Pengertian Kualitas Produk .....	30
b.	Dimensi Kualitas Produk .....	31
c.	Indikator Kualitas Produk .....	34
4.	Pengertian Merek .....	35
a.	Pengertian Citra Merek .....	35
b.	Dimensi Citra Merek .....	36
c.	Indikator Citra Merek .....	38
5.	Pengertian Harga .....	39
a.	Faktor-faktor Harga .....	39
b.	Tujuan Penetapan Harga .....	40
c.	Dimensi Harga .....	42
d.	Indikator Harga .....	43
6.	Penelitian Terdahulu .....	44
7.	Hubungan Antar Variabel .....	53
a.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ....	53
b.	Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	53
c.	Hubungan antara harga terhadap Keputusan Pembelian .....	54
8.	Kerangka Pemikiran .....	55
B.	Pengembangan Hipotesis .....	55
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	56
B.	Desain Penelitian .....	56
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	57
1.	Devinisi Variabel .....	57
2.	Oprasionalisasi Variabel .....	59
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	63
E.	Populasi dan Sample .....	63
1.	Populasi .....	63
2.	Sample .....	64
F.	Metode Pengumpulan Data .....	64
1.	Data Primer .....	65



2.	Data Sekunder .....	65
G.	Metode Analisis Data.....	65
1.	Analisis Partial Least Square (PLS).....	65
2.	Langkah-langkah pengujian Data .....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		69
A.	Gambaran Objek Penelitian .....	69
B.	Statistik Deskriptif .....	70
1.	Deskriptif Responden .....	70
2.	Deskriptif Variabel.....	75
C.	Hasil Analisis data Partial Least Square (PLS).....	84
1.	Evaluasi Measurement Model (outer Model) .....	84
2.	Model Stuktural/Uji Hipotesis (Inner Model) .....	92
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	97
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	98
3.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		101
A.	Simpulan .....	101
B.	Saran .....	102
1.	Saran Teoritis .....	102
2.	Saran Praktis .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN .....		112

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Skincare Aloe Vera Gel Antar Merek, 2022 .....	13
Tabel 1. 2 Kuesioner Pra Survey .....	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	59
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	63
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	72
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	73
Tabel 4. 4 Pengeluaran per bulan Responden .....	74
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	75
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Citra Merek .....	78
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Harga.....	79
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell Larcker Criterion .....	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji HTMT Criterion .....	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Cross Loadings .....	90
Tabel 4. 13 Hasil Uji Konstruksi Reliabilitas .....	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	93
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia 2017-2025.....	1
Gambar 1. 2 Popular Categorise Indonesian Shop On E-Commerce .....	3
Gambar 1. 3 Preferensi Merek Kosmetik Konsumen di Indonesia (2020) .....	4
Gambar 1. 4 Pangsa Pasar Pengguna produk Skincare Korea Selatan di Asia 2022 .....	4
Gambar 1. 5 ZAP Beauty Index (2020) .....	5
Gambar 1. 6 Produk Skincare dan Kosmetik Paling Terkenal di Kalangan K-Popers .....	7
Gambar 1. 7 E-commerce Sales Volume Percentage Aloe Vera Gel Indonesia 2022 .....	8
Gambar 1. 8 Tren dan Produk Kecantikan Korea Terbaru di Indonesia .....	9
Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran.....	55
Gambar 4. 1 Hasil Uji Convergent Validity.....	85
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : PRA KUESIONER .....	112
Lampiran 2 : HASIL PRA KUESIONER .....	113
Lampiran 3 : KUESIONER PENELITIAN .....	114
Lampiran 4 : HASIL KUESIONER PENELITIAN .....	121
Lampiran 5 : HASIL DESKRIPSI RESPONDEN .....	136
Lampiran 6 : DESKRIPTIF JAWABAN RESPONDEN .....	138
Lampiran 7 : HASIL ANALISIS DATA PARTIAL LEAST SQUIRE (PLS) ...	144



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA