

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK WARDAH**

**(Studi Kasus Di Cengkareng Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**



**Nama : Novita Damaiyanti**

**NIM : 43117010066**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2021**

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK WARDAH  
(Studi Kasus Di Cengkareng Jakarta Barat)**

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

Jakarta



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

UNIVERSITAS  
TERAKREDITASI-A

MERCU BUANA

Nama : Novita Damaiyanti

NIM : 43117010066

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

**JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novita Damaiyanti  
NIM : 43117010066  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Di Cengkareng Jakarta Barat)  
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tafiprios, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis **UNIVERSITAS** Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA  
11210758



Please Scan  
QRCode to  
Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novita Damaiyanti

NIM : 43117010066

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.

Jakarta, 27 Oktober 2021



Novita Damaiyanti

NIM. 43117010066

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan periklanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Objek penelitian ini adalah masyarakat di Cengkareng Jakarta Barat yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Penelitian ini dilakukan terhadap 265 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat analisis *Smart-PLS*. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

*Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Periklanan dan Keputusan Pembelian.*



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of product quality, brand image and advertising on purchasing decisions of Wardah cosmetic products. The object of this research is the people in Cengkareng, West Jakarta who use Wardah cosmetic products. This research was conducted on 265 respondents using a quantitative descriptive approach. Determination of sample size using purposive sampling technique. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool. This study proves that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Advertising and Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia - Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Di Cengkareng Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

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 Bapak Dr. Tafiprios, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Nagadino Surip. Ms, 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 Universitas Mercu Buana.

4. Endi Rekarti, SE.,ME selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan dan membimbing saya dalam menyusun proposal skripsi ini.
5. Dr. Tafiprios, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
6. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku sekretaris program studi manajemen S1.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar peminatan marketing yang telah membantu dalam mengarahkan, memberikan saran dan memotivasi dalam menyusun proposal ini.
8. Kedua orang tua terkasih, Wahid Aji Ikhtiar, saudara dan saudari peneliti atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
9. Teman-Teman Angkatan Manajemen 2017 Universitas Mercu Buana Terima kasih atas jalinan persahabatan serta kontribusi yang kalian berikan kepada penulis.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

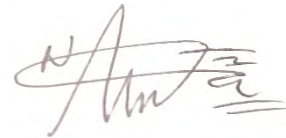
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini dapat bermanfaat 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 proposal ini.

Jakarta, 27 Oktober 2021



Novita Damaiyanti

NIM : 43117010066



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</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 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 .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>10</b>
A. KAJIAN PUSTAKA .....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	10
b. Faktor-faktor Strategi Pemasaran .....	11
2. Kualitas produk .....	11
a. Definisi Kualitas produk.....	11
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	12
3. Citra Merek.....	15
a. Definisi Citra Merek.....	15
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	16
4. Periklanan.....	18
a. Definisi Periklanan .....	18
b. Tujuan Periklanan.....	19

c.	Dimensi dan Indikator Periklanan .....	20
5.	Keputusan Pembelian .....	22
a.	Definisi Keputusan Pembelian .....	22
b.	Model Keputusan Pembelian.....	22
c.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	23
d.	Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	25
6.	Penelitian Terdahulu .....	26
7.	Hubungan antar Variabel .....	31
a.	Hubungan antara Variabel Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian..	31
b.	Hubungan antara Variabel Citra merek dengan Keputusan Pembelian .....	32
c.	Hubungan antara Variabel Periklanan dengan Keputusan Pembelian .....	33
B.	RERANGKA PEMIKIRAN.....	33
C.	HIPOTESIS .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
B.	Desain Penelitian.....	36
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
1.	Definisi Variabel .....	37
a.	Variabel <i>Independent</i> .....	37
b.	Variabel <i>Dependen</i> .....	39
2.	Operasionalisasi Variabel.....	39
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	43
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
1.	Populasi Penelitian .....	44
2.	Sampel Penelitian .....	44
F.	Metode Pengumpulan Data.....	45
G.	Metode Analisis Data.....	46
1.	IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	46
a.	Analisis Deskriptif.....	46
2.	Uji Instrumen.....	47
3.	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	48

a.	Pengertian <i>Partial Least Square</i> .....	48
b.	Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	49
c.	Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	50
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A.	Analisis Deskriptif .....	52
1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
2.	Deskripsi Responden .....	54
3.	Deskripsi Variabel .....	57
B.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	64
1.	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	64
a.	Uji Validitas.....	65
b.	Uji Reliabilitas.....	73
2.	Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	74
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	79
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	79
3.	Pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Pembelian.....	80
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
A.	Simpulan .....	81
B.	Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand</i> Kosmetik Lokal.....	2
Tabel 1. 2 Top Brand Award kategori kosmetik 2018-2020 .....	4
Tabel 1. 3 Pra Survey .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	40
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	56
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Variabel Periklanan.....	61
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian dengan Convergent Validity (Modifikasi).....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings) .....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell- Lacker Criterion).....	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach Alpha's.....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	75
Tabel 4. 16 Hasil Penguji Hipotesis (Bootstrapping) .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023 .....	1
Gambar 2.1 Rerangka Konseptual .....	34
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	67
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma (Modifikasi).....	69
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Pra-Survey .....	87
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	88
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner .....	95
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif .....	117
Lampiran 5 Hasil Analisis Data PLS .....	123

