

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MUSTIKA RATU**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Syifa Narisya**

**NIM : 43117010285**

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

**2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MUSTIKA RATU**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS**  
**MERCU BUANA**  
**TERAKREDITASI - A**

Nama : Syifa Narisya  
NIM : 43117010285

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

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syifa Narisya

NIM : 43117010285

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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2021



Syifa Narisya

NIM : 43117010285

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syifa Narisya  
NIM : 43117010285  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Mustika Ratu  
Tanggal Sidang : 15 September 2021

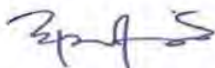
Disahkan oleh :


Pembimbing

  
Dr. Ir. Zulfitri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

  
Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 09210504



Please Scan QRCode to Verify

## **ABSTRACT**

*This study is to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Promotion on Consumer Purchase Decisions on Mustika Ratu cosmetic products. The independent variables obtained from the results of the preliminary survey are brand image, product quality, and promotion. While the dependent variable obtained is the purchase decision. The population used is the population in the Meruya area, West Jakarta. The sample used in this study were 180 respondents. The sampling technique used was Purposive Sampling. By using a quantitative descriptive approach. The data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that brand image has a significant positive effect on consumer purchasing decisions, product quality has a significant positive effect on consumer purchasing decisions, and promotions have a significant positive effect on consumer purchasing decisions.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Promotion, Consumer Purchase Decision.*



## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk kosmetik Mustika Ratu. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah citra merek, kualitas produk, dan promosi. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Populasi yang digunakan adalah penduduk di wilayah Meruya, Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, serta promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen



## KATA PENGANTAR

**Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatu**

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, serta hidayah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MUSTIKA RATU”** Penelitian 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 dan pengalaman. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Zulfitri, MP., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT dengan segala anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Zulfitri, MP., MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen Ketua Penguji sidang skripsi sehingga peneliti dapat melaksanakan sidang skripsi dengan baik.
6. Bapak Onggo Pramudito, ST., MM selaku dosen Anggota Penguji sidang skripsi sehingga peneliti dapat melaksanakan sidang skripsi dengan baik.
7. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu selama ini kepada penulis serta Staf-Staf Universitas Mercu Buana yang telah membantu.
8. Kedua Orang Tua tercinta Bapak Ir. Syarif Hidayat Soemantri dan Ibu Sri Lestari yang telah menjadi orang tua terhebat yang selalu memberikan motivasi, doa, dukungan dan ridho kedua orang tua saya sehingga saya bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Mochamad Fikri Octavian, Yunita Tri Handayani, Puti Salsabila yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti dan memberikan motivasi dalam mengerjakan penelitian skripsi ini.
10. Sahabat dan teman seperjuangan saya Mochamad Fikri Octavian, Yunan Helmi Gazhali Mohammad, Yunita Tri Handayani, Puti Salsabila, Fatayat Syifa. Terimakasih sudah memberikan dukungan motivasi, doa serta membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Semangat selalu semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.



11. Kak Eka Caesaryan, Kak Yola Puspita, Bang Ryan Widiatama, Bang Ajie Firmansyah yang sudah memberikan motivasi serta arahan dari awal pembuatan proposal skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
13. Kepada sahabat tercinta saya Risma Melati, Cindi Putri, Lika Syahira, Rika Kartika, Tania Azhara, Aurelia Azhar Nasution, Risma Mithayani Terimakasih sudah memberikan dukungan motivasi dan doa untuk peneliti dalam menyusun penelitian skripsi ini.
14. Kepada para sahabat dan pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, Terimakasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi peneliti dan bagi para pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 28 Juli 2021



Syifa Narisya

## 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>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Pengertian Pemasaran.....	16
2. Manajemen Pemasaran.....	17
3. Keputusan Pembelian .....	18
4. Citra Merek.....	23
5. Kualitas Produk .....	26
6. Promosi.....	33
7. Penelitian Terdahulu.....	38
B. Hubungan Antar Variabel .....	40
C. Rerangka Konseptual Dan Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Waktu Lokasi Dan Penelitian .....	45
B. Desain Penelitian.....	45
C. Definisi dan operasional Variabel.....	46

1. Definisi Variabel .....	46
2. Operasional Variabel .....	47
D. Pengukuran Variabel .....	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
1. Populasi Penelitian .....	50
2. Sampel Penelitian .....	51
F. Teknik Pengumpulan Data .....	52
G. Jenis Data Penelitian .....	53
H. Metode Pengumpulan Data .....	53
I. Metode Analisis Data .....	54
1. IBM SPSS Statistic 23 .....	54
2. Uji Instrumen .....	56
3. Analisis Partial Least Square .....	57
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
B. Statistik Deskriptif .....	63
1. Deskripsi Responden .....	63
2. Deskriptif Variabel .....	68
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	74
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	74
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	84
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	89
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
A. Simpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pertumbuhan Pasar Kosmetik Indonesia.....	2
Tabel 1. 2. Penjualan Produk Kosmetik Mustika Ratu .....	4
Tabel 1. 3. Kosmetik Paling Populer Selama Tahun 2014 -2016 .....	5
Tabel 1. 4. Kosmetik Paling Populer Selama Tahun 2017 -2019 .....	5
Tabel 1. 5. Tabel Pra Survey .....	11
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3. 1. Tabel Operasional Variabel .....	47
Tabel 3. 2. Instrumen Skala Likert.....	50
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden .....	63
Tabel 4. 2. Usia Responden.....	64
Tabel 4. 3. Pendapatan Perbulan .....	65
Tabel 4. 4. Tingkat Pendidikan .....	65
Tabel 4. 5. Pekerjaan Responden .....	66
Tabel 4. 6. Jabatan Responden.....	67
Tabel 4. 7. Lama Bekerja Responden .....	68
Tabel 4. 8. Deskripsi Jawaban Variabel.....	68
Tabel 4. 9. Deskripsi Jawaban Responden Variabel .....	70
Tabel 4. 10. Deskripsi Jawaban Responden.....	71
Tabel 4. 11. Deskripsi Jawaban Responden Variabel.....	72
Tabel 4. 12. Hasil Pengujian Convergent Validity (Sebelum Modifikasi) .....	77
Tabel 4. 13. Hasil Pengujian Convergent Validity (Setelah Modifikasi) .....	79
Tabel 4. 14. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	80
Tabel 4. 15. Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	80
Tabel 4. 16. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	82
Tabel 4. 17. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion) .....	82
Tabel 4. 18. Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	84
Tabel 4. 19. Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	85
Tabel 4. 20. Hasil Pengujian Hipotesis .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Rerangka Pemikiran .....	43
Gambar 4. 1. Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	76
Gambar 4. 2. Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi).....	78
Gambar 4. 3. Hasil Uji Bootstrapping.....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	101
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	106
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 23.....	110
Lampiran 4 Hasil Output PLS.....	116

