

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA KOSMETIK  
SARIAYU**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Cileungsi Bogor)**

**SKRIPSI**



**Nama : Liya Vivi Andhari**

**NIM : 43119210084**

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

**2023**

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

**(Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Cileungsi Bogor)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Bekasi**



**Nama : Liya Vivi Andhari**

**NIM : 43119210084**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Liya Vivi Andhari  
NIM : 43119210084  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Sariayu  
Tanggal Sidang : 12 April 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Rizal, S.ST., M.M

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



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

**LPTA 05232371**



Please Scan QRCode to Verif

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Liya Vivi Andhari

NIM : 43119210084

Program Studi : SI 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2022



Liya Vivi Andhari

NIM : 43119210084

## 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, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kosmetik Sariayu (Studi Pada Konsumen Cileungsi Bogor)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti 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 Rizal, S.ST, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas kekuasaan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Kedua orang tua tercinta dan kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada peneliti serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman – teman dan kaka angkatan di Universitas Mercu Buana khusus nya Manajemen angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan semangat dan doanya.
8. Pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi 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 skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini, lebih dan kurangnya saya ucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juni 2022

Liya Vivi Andhari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</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>viii</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.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Kontribusi Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>15</b>
A. Kajian Pustaka .....	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	16
b. Tujuan Pemasaran .....	16
c. Bauran Pemasaran .....	16
2. Keputusan Pembelian .....	17
a. Definisi Keputusan Pembelian .....	17
b. Faktor Keputusan Pembelian .....	17
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	18
d. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	19
3. Kualitas Produk.....	20

a. Definisi Kualitas Produk .....	20
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	21
4. Citra Merek .....	22
a. Definisi Citra Merek .....	22
b. Faktor Pembentukan Citra Merek .....	22
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek .....	23
5. Harga .....	24
a. Definisi Harga .....	24
b. Dimensi dan Indikator Harga .....	25
c. Peranan Harga .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Pengembangan Hipotesis .....	29
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	31
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	32
D. Kerangka Konseptual .....	33
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Waktu dan Tempat .....	34
B. Desain Penelitian .....	34
C. Definisi dan Operasional Variable .....	35
1. Definisi Variable .....	35
2. Operasional Variabel .....	37
D. Skala Pengukuran .....	39
E. Populasi dan Sample Penelitian .....	40
1. Populasi Penelitian .....	40
2. Sampel Penelitian .....	41
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Metode Analisis .....	43
1. Statistik Deskriptif .....	43



2. Uji Kualitas Data .....	43
a. Uji Validitas .....	43
b. Uji Reliabilitas .....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
a. Uji Normalitas .....	45
b. Uji Multikolenieritas .....	45
c. Uji Heteroskedastisitas .....	46
d. Uji Linearitas.....	47
4. Uji Kesesuaian Model.....	48
a. Uji F Analysis of Varian (ANOVA) .....	48
b. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	48
5. Uji Analisis Linear Berganda .....	49
6. Uji Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
2. Karakteristik Profil Responden.....	52
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	52
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	53
1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .....	55
2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk .....	56
3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek .....	57
4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga .....	58
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	59
1. Hasil Uji Validitas .....	59
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	62
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	63

1. Hasil Uji Normalitas .....	64
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	64
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
4. Hasil Uji Linierritas .....	65
E. Hasil Uji Kesesuaian Model .....	66
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
2. Hasil Uji ANOVA (Uji Statistik F) .....	67
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
G. Hasil Uji Hipotesis .....	69
H. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Top brand Index Kosmetik di Indonesia Tahun 2018 s/d 2022	7
1.2	Hasil Pra Survey	9
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Operasionalisasi Variabel	37
3.2	Skala Pengukuran	40
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.3	Kriteria Interpretasi Skor	54
4.4	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	55
4.5	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk	56
4.6	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek	57
4.7	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	58
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	59
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	60
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	60
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	61
4.12	Hasil Uji Reliabilitas	62
4.13	Hasil Uji Normalitas	63
4.14	Hasil Uji Multikolonieritas	64
4.15	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk	65
4.16	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Citra Merek	66
4.17	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Harga	66
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	67
4.19	Hasil Uji Statistik F (ANOVA)	67
4.20	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.21	Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik t)	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Grafik Pertumbuhan Kosmetik diIndonesia	2
1.2	Top Brand Index Kosmetik diIndonesia Tahun 2019 s/d 2022	5
2.1	Rerangka Konseptual	30
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	82
Lampiran 2	Hasil Tabulasi	87
Lampiran 3	Hasil Uji Karakteristik Responden	99
Lampiran 4	Hasil Uji Deskriptif	100
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	102
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	104
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik	105
Lampiran 8	Hasil Uji Kesesuaian Model	107
Lampiran 9	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	108
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis	108
Lampiran 11	Tabel R	109
Lampiran 12	Tabel F	110
Lampiran 13	Tabel T	112



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA