

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MS GLOW DI JAKARTA BARAT**

SKRIPSI



Nama : Mega Tri Utami

Nim : 43119010041

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

JAKARTA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW
DI JAKARTA BARAT**

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



Nama :Mega Tri Utami

Nim :43119010041

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

Surat Pernyataan Karya Sendiri

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mega Tri Utami

Nim : 43119010041

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila dikemudian hari saya terbukti jika skripsi ini hasil dari jiplakan maka saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2023



Mega Tri Utami

43119010041

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Mega Tri Utami
NIM : 43119010041
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk MS Glow di Jakarta Barat
Tanggal Sidang : 21 September 2023

Disahkan oleh : Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta
Utama, S.E., M.M

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10232941



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Jakarta Barat”. Proposal Skripsi ini dibuat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam Penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Tentunya selama proses penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari telah banyak menerima bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, 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 S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keiklasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.

5. Teristimewa, Ibunda tercinta, dan kakak-kakakku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti.
6. Teman – teman Manajemen angkatan 2019 yang telah memberikan informasi, semangat dan dukungan dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
7. Rafi Ramadhan, Vicky Rifani Alfariz, Afrizal Ridhallah, Eka Rahma Disty, Nabila Kholipah, Melliani Sabita, Dian Ayu Oktavia, Safa Marwani dan Ruyatin Nazillah atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu – persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis tentu proposal skripsi ini belum sempurna dan terdapat adanya kesalahan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan masukan yang bermanfaat dari semua pihak. Semoga Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua Pihak.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Juli 2023



Mega Tri Utami

43119010041

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 9 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| D. Kontribusi Penelitian..... | 9 |
| BAB II | 11 |
| KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 11 |
| A. Kajian Pustaka..... | 11 |
| 1. <i>Pengertian Manajemen Pemasaran</i> | 11 |
| a. Konsep Inti Pemasaran..... | 12 |
| 2. <i>Citra Merek</i> | 14 |
| a. Definisi Citra Merek..... | 14 |
| b. Fungsi Merek..... | 15 |
| c. Peran Merek..... | 16 |
| d. Faktor-Faktor Membentuk Merek | 16 |
| e. Indikator-indikator pembentukan citra merek | 17 |
| f. Dimensi Citra Merek | 18 |
| 3. <i>Kualitas Produk</i> | 19 |
| a. <i>Definisi Kualitas Produce</i> | 19 |
| b. <i>Unsur Unsur Kualitas Produk</i> | 20 |
| c. <i>Faktor- Faktor yang mempengaruhi kualitas produk</i> | 22 |
| d. <i>Dimensi dan Indikator Kualitas Produk</i> | 23 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4. <i>Harga</i> | 24 |
| a. Definisi Harga..... | 24 |
| b. Tujuan Penetapan Harga..... | 26 |
| c. Strategi Penetapan Harga..... | 27 |
| d. Indikator Harga..... | 27 |
| 5. <i>Keputusan Pembelian</i> | 28 |
| a. Definisi Keputusan Pembelian. | 28 |
| b. Tahapan – Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian | 29 |
| c. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 31 |
| 6. <i>Penelitian Terdahulu</i> | 34 |
| B. Pengembangan Hipotesis..... | 38 |
| C. Kerangka Pemikiran | 40 |
| BAB III..... | 41 |
| METODE PENELITIAN | 41 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 41 |
| B. Desain Penelitian | 41 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 42 |
| 1. <i>Definisi Variabel</i> | 42 |
| a. Variabel Independen (Bebas) | 42 |
| b. Variabel <i>Dependent</i> (Terikat)..... | 43 |
| 2. <i>Operasionalisasi Variabel</i> | 43 |
| D. Skala Pengukuran..... | 47 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 48 |
| 1. <i>Populasi</i> | 48 |
| 2. <i>Sampel</i> | 48 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 49 |
| G. Metode Analisis Data | 50 |
| 1. <i>Analisis Deskriptif</i> | 50 |
| 2. <i>Analisis Partial Least Square</i> | 51 |
| a. Pengertian Partial Least Square | 51 |
| b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model) | 52 |
| c. Menguji Model Struktual (<i>Inner model</i>) | 54 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB IV | 56 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 56 |
| A. Gambaran Umum MS Glow..... | 56 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 57 |
| 1. <i>Karakteristik Responden</i> | 57 |
| a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| b. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin..... | 58 |
| 2. <i>Analisis Deskriptif Variabel</i> | 60 |
| a. Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek. | 60 |
| b. Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk..... | 61 |
| c. Hasil Deskripsi Jawaban Jawaban Kuesioner Variabel Harga | 62 |
| d. Hasil Deskripsi Jawaban Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian..... | 63 |
| C. Hasil Analisis Data Partial Least Square | 64 |
| 1. <i>Evaluasi Measurement (Outer Model)</i> | 64 |
| b. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> | 64 |
| a. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> | 66 |
| b. Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha..... | 69 |
| c. Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)..... | 70 |
| 2. <i>Model Struktural Model (Inner Model)</i> | 70 |
| a. Hasil Pengujian Nilai R - Square..... | 71 |
| b. Hasil Pengujian Goodness of Fit Model..... | 71 |
| c. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Estimasi Koefisien Jalur</i>)..... | 72 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 73 |
| BAB V | 75 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 75 |
| A. Simpulan..... | 75 |
| B. Saran | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 79 |
| LAMPIRAN..... | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Sepuluh Brand Skincare Lokal Terlaris di e-commerce tahun 2021 | 3 |
| Tabel 1. 2 Data penjualan emiten kosmetik di BEI | 4 |
| Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei | 7 |
| Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu | 34 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel Citra Merek | 44 |
| Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Produk | 45 |
| Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga | 46 |
| Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian | 47 |
| Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert | 48 |
| Tabel 4. 1 Deskriptif responden berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4. 2 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 58 |
| Tabel 4. 3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 58 |
| Tabel 4. 4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan | 59 |
| Tabel 4. 5 Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan | 59 |
| Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek | 60 |
| Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk | 61 |
| Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Harga | 62 |
| Tabel 4. 9 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .. | 63 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Nilai Convergent Validity | 65 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant validity (Cross Loading) | 67 |
| Tabel 4. 12 Fornell Lacker | 68 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Average Extracted (AVE) | 69 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha | 70 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio HTMT | 70 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai R-Square | 71 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Q-Square | 71 |
| Tabel 4. 18 Hasil Pengujian T-Statistics Pengaruh Langsung (Bootstrapping) | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 29 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran..... | 40 |
| Gambar 4. 1 Logo MS Glow..... | 56 |
| Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS..... | 65 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping..... | 73 |

