

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK VAPE SECARA ONLINE**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Putra Nurdiansyah

NIM : 43119010233

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK VAPE SECARA ONLINE**

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



NIM : 43119010233

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putra Nurdiansyah

Nim : 43119010233

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila 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).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2023



Putra Nurdiansyah

NIM: 43119010233

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putra Nurdiansyah
NIM : 43119010233
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE,
DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK VAPESECARA ONLINE
Tanggal Sidang : 26 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233271



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap minat beli produk vape secara online. Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian studi kasus, dengan populasi warga Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap minat beli vape secara online. Populasi penelitian ini adalah warga Tangerang. Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. Pada analisis data ini menggunakan software (smart-PLS) versi .0 PLS (Partial Least Square). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Persepsi Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli konsumen produk vape.

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, brand image, and product quality on interest in buying vape products online. This research is categorized as a case study research, with a population of Tangerang residents. The results showed that the effect of price, brand image, and product quality on online vape buying interest. The population of this research is the residents of Tangerang. Sampling was carried out in this study using a non-probability sampling technique, because the probability of an element being selected as a subject is unknown. In this data analysis using software (smart-PLS) version 4.0 PLS (Partial Least Square). Price perception does not significantly influence consumers' purchasing interest in vape products. Brand Image has a significant influence on consumers' buying interest in vape products. Product quality has a significant effect on consumers' buying interest in vape products.

Keywords: *Price Perception, Brand Image, Product Quality, Purchase Intention*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh. Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan seminar proposal dengan judul :

“Pengaruh Persepsi Harga, Brand Igame, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Vape Secara Online”

Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Dr. Ririn Wulandari, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi, serta semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing, dan mengarahkan selama penyusunan skripsi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, Selaku.Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, Ph.D, Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Eri Marlapa, SE, MM., Selaku Sekretaris I dan II Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Dr. H. Sonny Indrajaya., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua tercinta, Ayah Syafrudin dan Ibu Nurhayati, serta adik saya Ananda Dwi Aprianti, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, semangat dan doanya yang tiada hentinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Ananda Lizfya Putri yang telah membantu saya mengerjakan skripsi dan memberikan semangat serta doanya agar skripsi ini terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2019 Universitas Mercu Buana.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap apa yang terkandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Tangerang, 23 Agustus 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Putra Nurdiansyah

NIM 43119010233

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Teori	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Perilaku Konsumen	8
3. Persepsi Harga	9
4. Citra Merek.....	10
5. Kualitas Produk	13
6. Minat Beli.....	15
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis	21

BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
A. Waktu dan Tempat Penelitian	24
B. Desain Penelitian.....	24
C. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	24
D. Skala Pengukuran.....	27
E. Populasi dan Sampel Penelitian	28
F. Metode Pengumpulan Data	29
G. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum	33
B. Analisis Deskriptif	37
C. Analisis Data	43
D. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V.....	53
SIMPULAN DAN SARAN	53
A. Simpulan.....	53
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Vape	3
Tabel 1.2 Data Prasurei.....	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	37
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	41
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	43
Tabel 4.6 Nilai Convergent Validity	44
Tabel 4.7 Cross Loading	45
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Average Extracted (AVE)</i>	46
Tabel 4.9 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	47
Tabel 4.10 Hasil Pengujian R-Square	47
Tabel 4.11 Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	49

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Hasil Uji PLS	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	57
Lampiran 2 : Hasil Kuisisioner	61
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Jawaban	74

