

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Pengguna Masker Wajah Ovale di Kota Bekasi)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Septi Adista Putri  
Nim 43119210104

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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Pengguna Masker Wajah Ovale di Kota Bekasi)**

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



Nama : Septi Adista Putri

NIM 43119210104

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

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Septi Adista Putri  
NIM : 43119210104  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pengguna Masker Wajah Ovale di Kota Bekasi)  
Tanggal Sidang : 29 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eko Tama Putra Saratian, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
   
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233108



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septi Adista Putri

Nim : 43119210104

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Oktober 2023



Septi Adista Putri  
43119210104

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Ovale di Kota Bekasi.”** Penyusunan skripsi ini dimaksud kan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana.

Penyusun skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada bapak Eko Tama Putra Saratian, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada peneliti dan peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Dr. Eri Marlapa, MM selaku Sekertaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenapilmunya kepadapeneliti.
6. Teristimewa, terima kasih kepada orang tua saya yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti–henti nya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya Indah Savitri, Nabila Fatarani, Mila Septiarini dan Alin Agustin yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya agar saya semangat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 3 Agustus 2022

Septi Adista Putri

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL                                     | i              |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI                         | ii             |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI                    | iii            |
| ABSTRAK   | iv             |
| ABSTRACT  | v              |
| KATA PENGANTAR                                    | vi             |
| DAFTAR ISI  | viii           |
| DAFTAR TABEL                                      | x              |
| DAFTAR GAMBAR                                     | xi             |
| DAFTAR LAMPIRAN                                   | xii            |
| BAB I PENDAHULUAN                                 | 1              |
| A. Latar Belakang Penelitian                      | 1              |
| B. Rumusan Masalah Penelitian                     | 8              |
| C. Tujuan Penelitian                              | 9              |
| D. Kontribusi Penelitian                          | 9              |
| BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 11             |
| A. Kajian Pustaka                                 | 11             |
| 1. Manajemen Pemasaran                            | 11             |
| 2. Perilaku Konsumen                              | 13             |
| 3. Keputusan Pembelian                            | 15             |
| 4. Kualitas Produk                                | 20             |
| 5. Promosi  | 27             |
| 6. Desain Produk                                  | 32             |
| 7. Penelitian Terdahulu                           | 37             |
| B. Rerangka Konseptual                            | 40             |
| C. Pengembangan Hipotesis                         | 41             |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN                                 | 43 |
|         | A. Waktu dan Tempat Penelitian                    | 43 |
|         | B. Desain Penelitian                              | 43 |
|         | C. Definisi dan Operasional Variabel              | 44 |
|         | D. Skala Pengukuran Variabel Penelitian           | 46 |
|         | E. Populasi dan Sampel Penelitian                 | 47 |
|         | F. Teknik Pengumpulan Data                        | 49 |
|         | G. Metode Analisis Data                           | 50 |
| BAB IV  | HASIL DAN PEMBAHASAN                              | 56 |
|         | A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian     | 56 |
|         | B. Statistik Deskriptif                           | 57 |
|         | 1. Karakteristik Responden                        | 57 |
|         | 2. Deskripsi Variabel                             | 59 |
|         | C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS) | 63 |
|         | 1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)    | 63 |
|         | 2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)   | 70 |
|         | D. Pembahasan Hasil Penelitian                    | 76 |
| BAB V   | SIMPULAN DAN SARAN                                | 81 |
|         | A. Simpulan                                       | 81 |
|         | B. Saran  | 81 |
|         | DAFTAR PUSTAKA                                    | 84 |
|         | LAMPIRAN  | 89 |



## DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.1   | Top Brand Index Kategori Masker Wajah Tahun 2017-2021                    | 4       |
| 1.2   | Data Penjualan Ovale   | 5       |
| 1.3   | Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Konsumen                            | 6       |
| 2.1   | Penelitian Terdahulu   | 41      |
| 3.1   | Operasional Variabel   | 50      |
| 3.2   | Instrumen Skala Likert   | 53      |
| 4.1   | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                                 | 57      |
| 4.2   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan                     | 58      |
| 4.3   | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk                     | 59      |
| 4.4   | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi                             | 60      |
| 4.5   | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Desain Produk                       | 60      |
| 4.6   | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian                 | 61      |
| 4.7   | Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>                               | 65      |
| 4.8   | Hasil Pengujian <i>Fornell Larcker</i>                                   | 66      |
| 4.9   | Hasil Uji Heterotrait – Monotrait (HTMT)                                 | 67      |
| 4.10  | Hasil Pengujian AVE  | 68      |
| 4.11  | Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> | 69      |
| 4.12  | Nilai Variabel Endogen   | 70      |
| 4.13  | Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ )                              | 71      |
| 4.13  | Model Fit  | 71      |
| 4.14  | Hasil Uji Inner VIF  | 72      |
| 4.15  | Nilai Effect Size ( $F^2$ )  | 73      |
| 4.16  | Hasil Pengujian Hipotesis  | 74      |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b> | <b>Judul</b>                                      | <b>Halaman</b> |
|---------------|---|----------------|
| 1.1           | Pertumbuhan Pasar Kosmetik Skin Care di Indonesia | 2              |
| 2.2           | Rerangka Konseptual                               | 45             |
| 4.1           | Hasil Algoritma PLS                               | 63             |
| 4.2           | Hasil Uji Bootstrapping                           | 73             |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                | Halaman |
|----------|----------------------|---------|
| I        | Kuesioner Penelitian | 89      |
| II       | Tabulasi Penelitian  | 95      |
| III      | Hasil Uji PLS        | 101     |

