

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BODY MIST THE BODY SHOP
(Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kawasan Tangerang)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Melliani Sabita
NIM : 43119010066

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BODY MIST THE BODY SHOP
(Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kawasan Tangerang)**

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



Nama : Melliani Sabita

NIM : 43119010066

MERCU BUANA

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

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melliani Sabita

NIM : 43119010066

Program Studi : Manajemen S1

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 04 Juni 2022



Melliani Sabita

43119010066

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Melliani Sabita
NIM : 43119010066
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Body Mist The Body Shop (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kawasan Tangerang)
Tanggal Sidang : 18 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hasan Nuryadi, M.Ec., B.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 10233230



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada produk Body Mist The Body Shop. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang berada di kawasan Tangerang. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 140 responden. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan survei, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *software* SPSS Versi 26. Hasil Penelitian ini mendapati bahwa Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Mist The Body Shop*.
Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions on Body Mist The Body Shop products. The population in this study is University Students, in Tangerang. The sample used is 140 respondents. Sampling method using purposive sampling. Methods of data collection using a survey, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using SPSS Version 26 software. The results of this study found that Brand Image, Product Quality and Price had an effect on Purchasing Decisions for Body Mist The Body Shop products.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Mist The Body Shop* (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kawasan Tangerang)”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Hasan Nuryadi, M.Ec., B.Sc selaku dosen pembimbing yang telah membimbing memberikan ilmu dan saran. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri penulis ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. 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, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Eri Marlapa, S.E, M.M, selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen program studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
6. Kedua orang tua tersayang, serta adik saya dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Mereka yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungan moral maupun material yang tiada henti-hentinya kepada penulis, serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

7. Teman–teman satu dosen pembimbing dan teman seperjuangan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan pengetahuan dalam menyelesaikan tugas proposal skripsi dengan penulis. Dan teman-teman di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2019, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan doanya untuk penulis selama mengerjakan proposal skripsi ini.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian proposal ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas proposal skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 04 Juni 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Melliani Sabita
43119010066

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Persepsi Konsumen	14
a. Pengertian Persepsi Konsumen	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	15
2. Manajemen Pemasaran	15
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
b. Konsep Manajemen Pemasaran	17
3. Perilaku Konsumen	19
a. Pengertian Perilaku Konsumen	19
b. Model Perilaku Konsumen	20
4. Citra Merek	22

a.	Pengertian Citra Merek	22
b.	Indikator dan Dimensi Citra Merek	24
c.	Faktor Pembentuk Citra Merek	25
5.	Kualitas Produk	25
a.	Pengertian Kualitas Produk	25
b.	Dimensi Kualitas Produk	27
c.	Indikator Kualitas Produk	31
6.	Harga	32
a.	Pengertian Harga	32
b.	Indikator dan Dimensi Harga	33
c.	Peranan Harga	34
d.	Strategi Penetapan Harga	36
7.	Keputusan Pembelian	39
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	39
b.	Tahap Keputusan Pembelian	41
c.	Indikator Keputusan Pembelian	44
d.	Dimensi Keputusan Pembelian	44
e.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	45
B.	Penelitian Terdahulu	47
C.	Pengembangan Hipotesis	54
1.	Hubungan antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	54
2.	Hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	55
3.	Hubungan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	56
D.	Kerangka Konseptual	58
BAB III		60
METODE PENELITIAN		60
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	60
B.	Desain Penelitian	60
C.	Definisi dan Operasional Variabel	61
1.	Definisi Variabel	61
2.	Operasional Variabel	64

D. Skala Pengukuran Variabel	66
E. Populasi dan Sampel Penelitian	68
1. Populasi Penelitian	68
2. Sampel Penelitian	69
F. Metode Pengumpulan Data	70
G. Metode Analisis Data	71
1. Analisis Statistik Deskriptif	72
2. Uji Kualitas Data	73
3. Uji Asumsi Klasik	74
4. Pengujian Hipotesis	77
5. Analisis Regresi Linier Berganda	80
BAB IV	81
PEMBAHASAN	81
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	81
1. Sejarah Umum Singkat The Body Shop	81
B. Hasil Uji Penelitian	84
1. Karakteristik Responden	84
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Mahasiswa	85
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	85
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	86
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif	86
a. Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X1)	87
b. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)	88
c. Tanggapan Responden Terhadap Harga (X3)	88
d. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	89
3. Hasil Uji Kualitas Data	90
a. Hasil Uji Validitas	90
b. Hasil Uji Reliabilitas	93
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	94
5. Hasil Uji Hipotesis	97

B. Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V	104
PENUTUP	104
1. Kesimpulan	104
2. Saran	105
a. Praktis	105
b. Teoritis	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2019-2023 Body Mist	6
Tabel 1. 2 Pra Survey Penelitian	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Citra Merek	65
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga	66
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 3. 5 Skala Likert	68
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Mahasiswa	85
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	85
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	86
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Label Halal	87
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	88
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga	88
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	89
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Citra Merek	91
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	91
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Harga	92
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	93
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Variabel Independen & Dependen	94
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	95
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	95
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	98
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	99
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistika Pendapatan Industri Kecantikan & Perawatan Diri	2
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	20
Gambar 2. 2 Tahap Keputusan Pembelian	41
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual	58
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	111
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	116
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	130
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	132
Lampiran 5 Hasil Uji Kualitas Data	133
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	138

