

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi pada Kosmetik Mustika Ratu di Daerah Cengkareng Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Cahaya Julia Abidin

Nim : 43119010186

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

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi pada Kosmetik Mustika Ratu Di Daerah Cengkareng Jakarta Barat)

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



Nama : Cahaya Julia Abidin

Nim : 43119010186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cahaya Julia Abidin

Nim : 43119010186

Program Studi : S1 Manajemen

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, 30 Januari 2024



Cahaya Julia Abadin
43119010186

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Cahaya Julia Abidin
NIM : 43119010186
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : " PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Kosmetik Mustika Ratu Di Daerah Cengkareng Jakarta Barat)"
Tanggal Sidang : 23 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, 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 03243499



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Kosmetik Mustika Ratu Di Daerah Jakarta barat)”. Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Andriansyah Bachtillah Putra, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama 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. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Terima kasih kepada orang yang telah mensupport saya yaitu Julia, Fitria rahma wandari, Tri juliati, ubaydillah taufiq hidayat, bondan utomo dan nur aisyah alawiyah yang telah mendampingi saya dan selalu memberikan semangat kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berhadap dari segala pihak bentuk saran dan kritik yang membangun semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak.

Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih

Jakarta 30 Januari 2024

Cahaya Julia Abidin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Keputusan Pembelian	10
a. Pengertian Keputusan Pembelian	10
b. Faktor- Faktor Keputusan Pembelian	11
c. Dimensi dan indikator Keputusan Pembelian	13
2. <i>Brand Image</i>	14
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	14
b. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	15
3. Harga	17
a. Pengertian Harga	17
b. Faktor-Faktor Harga	17
c. Dimensi dan Indikator Harga	19
4. Promosi	20
a. Pengertian Promosi	20
b. Dimensi dan Indikator Promosi	21
B. Penelitian Terdahulu	22

C.	Pengembangan Hipotesis.....	26
1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.	27
3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	28
D.	Kerangka Pemikiran	28
BAB III	METODE PENELITIAN	30
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
1.	Waktu Penelitian	30
2.	Tempat Penelitian	30
B.	Desain Penelitian	30
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
1.	Operasionalisasi Variabel.....	32
D.	Skala Pengukuran	34
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
1.	Populasi	36
2.	Sampel	36
F.	Metode Pengumpulan Data	37
G.	Metode Analisis Data	37
1.	Analisis Deskriptif.....	37
a.	Deskripsi Responden.....	38
b.	Deskripsi Jawaban Responden atau Kuesioner	38
2.	Uji Instrumen.....	38
a.	Uji Validitas	38
b.	Uji Reliabilitas.....	39
3.	Analisis Partial Least Square (PLS)	40
4.	Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	41
5.	Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAAN.....	44
A.	Deskripsi Perusahaan.....	44
1.	Sejarah PT Mustika Ratu Tbk	44
2.	Visi dan Misi PT Mustika Ratu Tbk.....	45
B.	Hasil Penelitian.....	45

1. Karakteristik Profil Responden	45
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	46
b. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	46
c. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	47
d. Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan	47
C. Deskripsi Variabel	48
1. Analisis Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	48
2. Analisis Variabel Harga (X2).....	49
3. Analisis Variabel Promosi (X3)	50
4. Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
D. Hasil Analisa Partial Least Square	51
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
E. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	57
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
1. Pengaruh Antara <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	62
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
1. Saran Untuk PT. Mustika Ratu Tbk	66
2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

1.1 Top Brand Kosmetik.....	4
1.2 Data Penjualan Produk Kosmetik Mustika Ratu Tahun 2017-2021	5
1.3 Hasil Pra survey Terhadap Keputusan Pembelian Mustika Ratu.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	22
3.1 Operasional Konsep Variabel	32
3.2 Intrument Skala Likert	35
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	47
4.5 Deskripsi Jawaban Responden <i>Brand Image</i>	48
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Harga	49
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Promosi.....	50
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Keputusan pembelian	50
4.9 Nilai Loading Factor dari setiap Variabel dan Konstruk model penelitian ...	53
4.10 Nilai Loading Factor dari setiap Variabel.....	55
4.11 AVE (Average Variance Extracted).....	56
4.12 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	57
4.13 Nilai R-Square.....	58
4.14 Q-Square predictive relevance	59
4.15 Nilai Path Coefficients, T-Statistics, dan P-Values	60

DAFTAR GAMBAR

1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di indonesia (2014-2027).....	1
2.1 Kerangka Konseptual.....	29
4.1 Hasil Algoritma SmartPLS 3.0	52
4.2 Hasil Algoritma SmartPLS 3.0	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	74
Lampiran 2 Identitas Responden.....	75
Lampiran 3 Karakteristik Responden Kuesioner	76
Lampiran 4 Keputusan Pembelian	80
Lampiran 5 Hasil Responden.....	82
Lampiran 6 Karakteristik Responden SPSS.....	102
Lampiran 7 Deskripsi Variabel SPSS	103
Lampiran 8 Output Smart PLS.....	105



UNIVERSITAS
MERCU BUANA