

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK  
WARDAH**

**SKRIPSI**



Nama : Risda Rahmadini

Nim : 43120010053

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK  
WARDAH**

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



Nama : Risda Rahmadini

Nim : 43120010053

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rida Rahmadini

Nim : 43120010053

Program Studi : SI Manajemen

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Januari 2024



Rida Rahmadini

NIM 43120010053

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Risda Rahmadini  
NIM : 43120010053  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah  
Tanggal Sidang : 6 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Afriapollo Syafarudin, 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 03243570



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah”. Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga dan variabel dependennya Minat Beli. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Produk Kosmetik Wardah di Jabodetabek. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *outer model* (*Convergent Validity, Discriminat Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability*), Uji hipotesis *inner model* (*Nilai R square, Goodness of Fit Model bootstraping*), Data dikumpulkan dengan membagikan kuisioner kepada 100 perempuan konsumen wardah dan diolah menggunakan program Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik wardah. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik wardah. Dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik wardah.

*Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli.*



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine "The Influence of Product Quality, Brand Image and Price on Intention to Purchase Wardah Cosmetic Products". From this research the independent variables consist of Product Quality, Brand Image and Price and the dependent variable is Purchase Interest. The population in this research are consumers who buy Wardah Cosmetic Products in Jabodetabek. Data analysis techniques used in this research include outer model testing (Convergent Validity, Discriminate Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability), inner model hypothesis testing (R square value, Goodness of Fit Model bootstrapping), Data were collected by distributing questionnaires to 100 female Wardah consumers and processed using the Smart PLS 3.0 program. The results of this research show that product quality has a positive and significant influence on interest in purchasing Wardah cosmetic products. Brand image has a positive and significant influence on buying interest in Wardah cosmetic products. And price has a positive and significant influence on interest in purchasing Wardah cosmetic products.*

*Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Interest.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah”**. Proposal Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Proposal Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA., dan bapak Harefa Arief, S.E., MM., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, waktu, evaluasi yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 25 Januari 2024



Risda Rahmadini



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Perilaku Konsumen.....	13
3. Kualitas Produk.....	13
4. Citra Merek.....	16
5. Harga.....	18
6. Minat Beli.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Pengembangan Hipotesis.....	29
D. Kerangka Konseptual.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	33

1. Definisi Variabel .....	34
2. Operasional Variabel.....	36
D. Skala Pengukuran.....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	38
F. Metode Pengumpulan Data .....	39
G. Metode Analisis Data.....	39
1. Analisis Deskriptif.....	39
2. Uji Instrumen.....	40
3. Analisis Partial Least Square.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Analisis Deskriptif .....	45
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
2. Deskriptif Responden .....	46
3. Deskriptif Variabel .....	49
a. Variabel Kualitas Produk.....	49
b. Variabel Citra Merek.....	49
c. Variabel Harga.....	50
d. Variabel Minat Beli.....	50
B. Analisis Partial Least Square (PLS).....	51
1) Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	51
2) Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	55
3) Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	<i>Top Brand Award</i>	4
1.2	Data Penjualan Kosmetik Wardah di Indonesia Tahun 2019-2021	6
1.3	Hasil Pra-Survey	6
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Operasionalisasi Variabel	36
3.2	Skala Likert	38
4.1	Jenis Kelamin Responden	46
4.2	Uji Responden	47
4.3	Pekerjaan Responden	47
4.4	Pengeluaran Responden	48
4.5	Analisis Deskriptif Kualitas Produk	49
4.6	Analisis Deskriptif Citra Merek	49
4.7	Analisis Deskriptif Harga	50
4.8	Analisis Deskriptif Minat Beli	50
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	53
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi)	54
4.11	Unit <i>Determinant Validity</i> (Fornel Larcker)	55
4.12	Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	56
4.14	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i>	57
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Grafik <i>Top Brand</i> Wardah Tahun 2018-2022	3
2.1	Model Kerangka Konseptual	31
4.1	Hasil <i>PLS-SEM Algorithm</i> (Sebelum Modifikasi)	52
4.2	Hasil <i>PLS-SEM Algorithm</i> (Setelah Modifikasi)	54
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	59



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2	Jawaban Responden	76
Lampiran 3	Deskriptif Responden	87
Lampiran 4	Deskriptif Variabel	89
Lampiran 5	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	91
Lampiran 6	Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	94

