

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK WARDAH**

**SKRIPSI**



Nama : Aldini Septiani

NIM : 43120010027

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK 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 : Aldini Septiani**

**NIM : 43120010027**

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini .

Nama : Aldini Septiani

NIM : 43120010027

Program Studi : S1 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.

Jakarta, 25 Juli 2024



UNIVERSITA  
MERCU BUANA

Aldini Septiani

43120010027

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aldini Septiani  
NIM : 43120010027  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah  
Tanggal Sidang : 17 Juli 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM

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 04243993



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah. Populasi dalam penelitian ini adalah survei pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 170 orang, menggunakan teknik metode *purposive sampling*. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (Smart-PLS) versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decisions for Wardah products. The population in this study is a survey of students at Mercu Buana Meruya University. The research sample used consisted of 170 people, using the purposive sampling technique. The approach used in this study is a quantitative approach. The data analysis method used is Partial Least Square (Smart-PLS) version 4.0. The results of this research indicate that Product Quality has a negative and insignificant effect on Purchase Decisions. Brand Image has a negative and significant effect on Purchase Decisions. Price has a positive and significant effect on Purchase Decisions.*

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



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, proposal skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sampaikan pada junjungan umat yakni baginda Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang penulis buat dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah**" ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

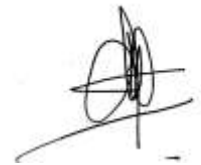
1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Teristimewa, Kedua Orang Tua, Ayahanda By. Timbul dan Ibunda Nurian, terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang selalu diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
7. Kedua Kakakku, Sarifah Nur dan Mustakim. Terima kasih atas semangat, doa dan dukungan moral, material serta memberikan banyak inspirasi dan nasihat yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
8. Sahabat penulis grup Jom. Malia Nastia Ramanda, Mariska Amelia Hidayat, Wia Fatmawati, Zagita Andini, Yulya Aisyah Putri, Fadhillah Oktaviana yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, dukungan dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini.
10. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
11. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri penulis. Hebat bisa tetap berdiri tegap menghadapi segala liku hidup walau kadang jenuh dan ingin menyerah. Kamu keren dan hebat, Dini.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 25 Juli 2024



Aldini Septiani

43120010027



## DAFTAR ISI

	Halaman
<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>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian .....	17
D. Kontribusi Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>19</b>
A. Kajian Pustaka .....	19
1. Manajemen Pemasaran .....	19
2. Perilaku Konsumen.....	20
3. Kualitas Produk.....	21
4. Citra Merek .....	23
5. Harga.....	24
6. Keputusan Pembelian .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Hubungan Antar Variabel.....	33
D. Kerangka Konseptual .....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
1. Waktu Penelitian.....	39
2. Tempat Penelitian .....	39
B. Desain Penelitian .....	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Definisi Operasionalisasi Variabel .....	42
D. Skala Pengukuran Variabel .....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel Penelitian .....	44
F. Teknik Pengumpulan Data .....	46
G. Metode Analisis.....	46
1. Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Instrumen .....	48
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	49
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>55</b>
A. Analisis Deskriptif.....	55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
2. Deskripsi Responden .....	56
3. Deskripsi Variabel Jawaban Responden.....	57
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	60
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi ( <i>Outer Model</i> ) ...	60
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	69
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	70

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Hasil Kuesioner Pra-Survey Produk Wardah.....	14
2. 1	Penelitian Terdahulu .....	28
3. 1	Operasionalisasi Variabel.....	43
3. 2	Skala Likert .....	44
4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	56
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4. 4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	58
4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	58
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	59
4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	59
4. 8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	61
4. 9	Hasil Pengujian <i>Average Extracted Variance (AVE)</i> .....	62
4. 10	Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	62
4. 11	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker)</i> .....	63
4. 12	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> .....	64
4. 13	Hasil Pengujian <i>Multikolinearitas (Variance Inflation Factor)</i> .....	65
4. 14	Nilai R2 Variabel Endogen .....	65
4. 15	Hasil <i>Prediction Relevance (Q2)</i> .....	66
4. 16	Hasil Pengujian <i>f2 Effect Size</i> .....	67
4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis .....	67

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Brand Lokal dan Internasional .....	2
1. 2	Pertumbuhan Nilai Kosmetik di Indonesia .....	3
1. 3	Brand Lokal yang paling banyak digunakan di Indonesia .....	5
1. 4	Data Penjualan Produk Wardah 1 tahun terakhir .....	6
2. 1	Kerangka Pemikiran.....	37
4. 1	Hasil <i>Algorithem</i> PLS.....	61
4. 2	Hasil <i>Boostrapping</i> .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Prasurvey .....	82
2	Kuesioner .....	84
3	Data Jawaban Responden.....	88
4	Hasil Analisis Deskripsi Responden .....	92
5	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Jawaban Responden.....	93
6	Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	94
7	Hasil Pengujian Model <i>Structural</i> /Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	96



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA