

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap
Minat Pembelian Ulang *Micellar Cleansing Water* Garnier**

SKRIPSI



Nama : Sausan Syauqiyah Arrasid

Nim 43120010156

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2024

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap
Minat Pembelian Ulang *Micellar Cleansing Water* Garnier**

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



Nama : Sausan Syauqiyah Arrasid

NIM 43120010156

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sausan Syauqiyah Arrasid

Nim : 43120010156

Prodi : Manajemen

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Agustus 2024




Sausan Syauqiyah Arrasid

NIM. 43120010156

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sausan Syauqiyah Arrasid
NIM : 43120010156
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga, dan Iklan terhadap Minat Pembelian Ulang Micellar Cleansing Water Garnier
Tanggal Lulus Ujian : 20 Agustus 2024

Disahkan oleh :
Pembimbing



U N I Firman Fauzi, ST., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244208



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan iklan terhadap minat pembelian ulang Garnier. Subjek penelitian ini adalah pengguna *Micellar Cleansing Water* Garnier. Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif yang menggunakan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden. Metode analisis data menggunakan SmartPLS versi 4.1. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : **Kualitas Produk, Persepsi harga, Iklan, Minat Pembelian Ulang, Garnier**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to test the effect of product quality, price, and advertising on Garnier's repurchase intention. The subjects of this study were users of Garnier Micellar Cleansing Water. This research is a quantitative type that uses primary data. The sample used in this study was 200 respondents. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with convenience sampling method. The data collection method used the survey method, with the research instrument being a questionnaire distributed to 200 respondents. The data analysis method uses SmartPLS version 4.1. This study proves that product quality has a positive and significant effect on repurchase intention. Price perception has a positive and significant effect on repurchase intention. Advertising has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Advertising, Repurchase Intention, Garnier



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga, dan Iklan terhadap Minat Pembelian Ulang *Micellar Cleansing Water* Garnier. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan 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 skripsi ini terutama kepada:

1. Diri saya sendiri, Sausan Syaunyah Arrasid terima kasih karena sudah bertahan, selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri. Terima kasih untuk tidak menyerah dan selalu memiliki semangat.
2. Teristimewa, orang tua Penulis Bapak Sidrodin dan Ibu Ratnawati serta Kakak Muhammad Wahyu Syuhada Arrasid yang selalu hadir dengan kasih sayang, doa, dukungan tiada akhir, dan kekuatan terbesar bagi Penulis untuk terus belajar dan tetap kuat ketika mengalami situasi tersulit sekalipun.

3. Untuk sahabat penulis, Davina, Tiara Putri, Tasya Novanti, terima kasih sudah kebersamai dan mengiringi perjalanan panjang Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Firman Fauzi, ST, MM selaku dosen pembimbing skripsi serta dosen metodologi penelitian pemasaran atas bimbingan, arahan, masukan, semangat, motivasi yang diberikan dalam membimbing peneliti serta segala kemudahan birokrasi selama ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang bapak berikan, sungguh suatu kehormatan dan rasa sangat bangga peneliti bisa berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan bapak.
5. Teman-teman jurusan Manajemen khususnya Peminatan Pemasaran yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis yang tidak bisa dituliskan satu-persatu.
6. Untuk saudara penulis, Rosyada dan Talitha terima kasih telah memberikan semangat serta dukungan penulis untuk terus bersemangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
8. Dr. Nurul Hidayah M.Si., AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
9. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

10. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
11. 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.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta menambah pengetahuan. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan inspirasi positif dan manfaat bagi dunia akademis serta masyarakat.

Jakarta, 27 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Sausan Syauqiyah Arrasid

NIM: 43120010156

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL SKRIPSI | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Kontribusi Penelitian | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 12 |
| A. Kajian Pustaka | 12 |
| 1. Perilaku Konsumen | 12 |
| 2. Minat Pembelian Ulang | 13 |
| 3. Kualitas Produk | 15 |
| 4. Persepsi Harga | 18 |
| 5. Iklan | 21 |
| B. Penelitian Terdahulu | 24 |
| C. Pengembangan Hipotesis | 29 |
| D. Kerangka Konseptual | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 32 |
| B. Desain Penelitian | 32 |

| | |
|--|-----------|
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 33 |
| 1. Definisi Variabel | 33 |
| 2. Operasional Variabel | 33 |
| D. Skala Pengukuran Variabel | 35 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian | 36 |
| 1. Populasi | 36 |
| 2. Sampel | 36 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 37 |
| G. Metode Analisis Data | 38 |
| 1. Analisis Deskriptif | 38 |
| 2. Analisis Partial Least Square | 39 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 44 |
| B. Statistik Deskriptif | 45 |
| 1. Deskripsi Responden | 45 |
| 2. Deskripsi Variabel | 48 |
| C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS) | 56 |
| 1. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model) | 56 |
| 2. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model) | 63 |
| D. Pembahasan | 68 |
| 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang | 68 |
| 2. Pengaruh Persepsi harga Terhadap Minat Pembelian Ulang | 69 |
| 3. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Pembelian Ulang | 70 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 72 |
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | 81 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|--|----------------|
| Tabel 1.1 | Top Brand Index (TBI) Data Penjualan Pembersih Wajah (Bukan Sabun) Tahun 2019-2023 | 5 |
| Tabel 1.2 | Data Hasil Pra Survei | 8 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu | 24 |
| Tabel 3.1 | Operasional Variabel | 34 |
| Tabel 3.2 | Instrumen Skala Likert | 35 |
| Tabel 3.3 | Cara Perhitungan Sampel | 37 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Ulang | 45 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 46 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 48 |
| Tabel 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 48 |
| Tabel 4.6 | Deskripsi Variabel Kualitas Produk | 50 |
| Tabel 4.7 | Deskripsi Variabel Persepsi Persepsi harga | 50 |
| Tabel 4.8 | Deskripsi Variabel Iklan | 52 |
| Tabel 4.9 | Deskripsi Variabel Minat Pembelian Ulang | 54 |
| Tabel 4.10 | <i>Outer Loading</i> | 57 |
| Tabel 4.11 | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 58 |
| Tabel 4.12 | Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker)</i> | 60 |
| Tabel 4.13 | Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker)</i> (Modifikasi) | 61 |
| Tabel 4.14 | Cross Loading | 61 |
| Tabel 4.15 | Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 4.16 | <i>R-square</i> | 64 |
| Tabel 4.17 | <i>F-square</i> | 65 |
| Tabel 4.18 | <i>Q-square</i> | 66 |
| Tabel 4.19 | <i>Model Fit</i> | 66 |
| Tabel 4.20 | Uji Hipotesis | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|---------------|--|----------------|
| Gambar 1.1 | Kualitas Udara di Jakarta (8-17 Juni 2022) | 1 |
| Gambar 1.2 | Indeks Produk Skincare | 3 |
| Gambar 2.1 | Kerangka Konseptual | 31 |
| Gambar 4. 1 | Hasil Alogaritma PLS | 58 |
| Gambar 4. 2 | Hasil <i>Bootstrapping</i> | 69 |

