

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
REVLON DI WILAYAH DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**



Nama : Lency Lamuda

NIM : 43120010074

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
REVLON DI WILAYAH DKI JAKARTA**

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



Nama : Lency Lamuda

NIM : 43120010074

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lency Lamuda

NIM : 43120010074

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, 21 Juni 2024



Lency Lamuda

NIM 43120010074

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lency Lamuda  
NIM : 43120010074  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon di Wilayah DKI Jakarta  
Tanggal Sidang : 08 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244178



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji “Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon di wilayah DKI Jakarta”. Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Kualitas Produk, Harga, dan Promosi dan variabel dependennya Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di wilayah DKI Jakarta yang sudah pernah membeli kosmetik Revlon. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 115 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuisisioner. Data dikumpulkan dengan membagikan kuisisioner kepada konsumen dan diolah menggunakan program Smart PLS 3.0. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *outer model* (*Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, *Cronbach’s Alpha*), uji *inner model* (*R-Square*, *Predictive Relevance*, Pengujian Hipotesis). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, dan Kosmetik.



## **ABSTRACT**

*This research aims to test "Analysis of Product Quality, Price and Promotion on Revlon Cosmetic Purchasing Decisions in the DKI Jakarta area". From this research the independent variables consist of Product Quality, Price and Promotion and the dependent variable is Purchase Decision. The population in this research are consumers in the DKI Jakarta area who have previously purchased Revlon cosmetics. The sample used was 115 respondents. The sampling method uses purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Data was collected by distributing questionnaires to consumers and processed using the Smart PLS 3.0 program. The analysis techniques used in this research include outer model tests (Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, Cronbach's Alpha), inner model tests (R-Square, Predictive Relevance, Hypothesis Testing). The results of this research show that product quality, price and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions, and Cosmetics.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon di wilayah DKI Jakarta”**. 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 kepada Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Proposal Skripsi ini dan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Ali Hanafiah, SE, MM, DBA selaku Dosen Tugas Akhir yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
3. 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.
4. Teristimewa, kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Puryono Jaimin dan Ibu Endang Wahyuningsih. Terimakasih telah memberikan semangat, doa, cinta, kepercayaan, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis.

5. Kepada kedua adik yaitu Vicky Alfi Agatha dan Alita Yuri Ellycia yang penulis sangat sayangi. Terimakasih karena telah siap siaga disaat penulis membutuhkan bantuan dan selalu menghibur penulis.
6. Kepada Nurhalisa dan Janti Indah selaku sahabat penulis sejak SD. Terimakasih selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, doa, dan selalu menghibur penulis.
7. Kepada Nur Annisa selaku teman seperjuangan penulis yang selalu bersama-sama dari semester pertama hingga penyusunan laporan tugas akhir ini. Terimakasih banyak selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, arahan, doa, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya yaitu Indra Alnawi. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, doa, mendengarkan keluh kesah dan menghibur penulis. Terimakasih sudah menjadi bagian perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini.
9. Last but not least, kepada diri saya sendiri. Terimakasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun. Penulis bangga kepada diri sendiri bisa menyelesaikan laporan tugas akhir dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

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, Juni 2023



Lency Lamuda



## 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>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian keputusan Pembelian	15
b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	16
3. Kualitas Produk	18
a. Pengertian Kualitas Produk	18
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	20
4. Harga	20
a. Pengertian Harga	20
b. Faktor yang Mempengaruhi Harga	21
c. Dimensi dan Indikator Harga	23
5. Promosi	23
a. Pengertian Promosi	23
b. Faktor yang Mempengaruhi Promosi	24
c. Dimensi dan Indikator Promosi	25
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Pengembangan Hipotesis	31
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31

2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	32
D.	Kerangka Konseptual	32
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>34</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	34
B.	Desain Penelitian	34
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
1.	Definisi Variabel	35
2.	Operasionalisasi Variabel	36
D.	Skala Pengukuran Variabel	38
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	38
1.	Populasi	38
2.	Sampel	39
F.	Metode Pengumpulan Data	40
G.	Metode Analisis Data	40
1.	Analisis Deskriptif	40
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	41
a.	Pengertian <i>Partial Least Square</i>	41
b.	Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	42
c.	Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>47</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
B.	Statistik Deskriptif	48
1.	Deskripsi Responden	48
2.	Deskripsi Variabel	53
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
1.	Evaluasi <i>Measurement Model</i> ( <i>Outer Model</i> )	56
2.	Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	62
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	66
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	66
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	66
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	67
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>68</b>
A.	Simpulan	68
B.	Saran	68

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

**71**  
**76**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1. 1	Presentase Top Brand Index (TBI) Kosmetik Tahun 2020 – 2023	6
1. 2	Laporan Penjualan Revlon 2019-2022	7
1. 3	Hasil Pra Survei	9
2. 1	Penelitian Terdahulu	27
3. 2	Pengukuran Skala Likert	38
4. 1	Sudah Pernah Membeli Kosmetik Revlon	49
4. 2	Jenis Kelamin Responden	49
4. 3	Usia Responden	50
4. 4	Domisili Responden	50
4. 5	Pekerjaan Responden	51
4. 6	Pendapatan Responden	52
4. 7	Deskripsi Kualitas Produk	53
4. 8	Deskripsi Harga	54
4. 9	Deskripsi Promosi	54
4. 10	Deskripsi Keputusan Pembelian	55
4. 11	Hasil Uji Convergent Validity	58
4. 12	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	60
4. 13	Hasil Uji Average Variance Evtracted (AVE)	61
4. 14	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	61
4. 15	Hasil Uji R-Square	62
4. 16	Hasil Uji Q-Square	63
4. 17	Hasil Uji Hipotesis	64

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1. 1	Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia	3
2. 1	Kerangka Konseptual	33
4. 1	Hasil Algoritma PLS	57
4. 2	Hasil Uji Bootstrapping	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	76
2	Jawaban Responden 3	81
3	Hasil Deskripsi Responden	92
4	Hasil Deskripsi Variabel	94
5	Hasil Output PLS	96

