

**PENGARUH CITRA MEREK, *PERSONAL BRANDING* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PRODUK SERUM *SCARLET*  
(Studi pada Konsumen Produk Serum *Scarlet* Di Jakarta)**

**SKRIPSI**



**Nama : Bilqis Bentria Vidanti**

**NIM : 43120010158**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, *PERSONAL BRANDING* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PRODUK SERUM *SCARLET*  
(Studi pada Konsumen Produk Serum *Scarlet* Di Jakarta)**

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Bilqis Bentría Vidanti

NIM : 43120010158

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bilqis Bentría Vidanti

NIM : 43120010158

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.

UNIVERSITAS Jakarta, 27 Mei 2024

MERCU BUANA



Bilqis Bentría Vidanti

43120010158

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bilqis Bentria Vidanti  
NIM : 43120010158  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PERSONAL BRANDING  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PRODUK SERUM SCARLET  
(Studi pada Konsumen Produk Serum Scarlet Di Jakarta)  
Tanggal Sidang : 12 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, 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 04244505



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis Pengaruh Citra Merek, *Personal Branding*, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk Serum *Scarlet*. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 165 sampel, dihitung menggunakan pernyataan Hair *et al.*, 2010 dalam Mahyuzar 2020. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 4.0. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Personal branding* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Citra Merek, *Personal Branding*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*This research aims to determine and analyze the influence of brand image, personal branding and product quality on purchasing decisions. The population in this study are consumers who have purchased Scarlet Serum products. The sample used was 165 samples, calculated using the statement by Hair et al., 2010 in Mahyuzar 2020. The sampling method used purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with a questionnaire research instrument. The data analysis method uses Partial Least Square (PLS) version 4.0. This research proves that Brand Image and Product Quality have a positive and significant effect on Purchasing Decisions, while Personal branding has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** *Brand Image, Personal Branding, Product Quality, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, *Personal Branding*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Serum *Scarlet* (Studi pada Konsumen Produk Serum *Scarlet* Di Jakarta).” Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu dan bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak serta memberikan kesehatan kepada Bapak dan keluarga.

Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada: 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

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M., Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Onggo Pramudito, ST, MM, selaku dosen Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E., M.M selaku ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini
7. Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Kedua Orang Tua tercinta (Bapak Bunyamin Nur Alam dan Try Djunarwati) sebagai sumber motivasi utama bagi saya yang senantiasa membantu memberikan semangat dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
10. Sahabat-Sahabat peneliti, Zoya, Hana, Amel, Dila, Felia, dan Anak Anak Emak Homies Girls, dan teman teman satu bimbingan Pak Andyan, yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti.
11. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2020, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini
12. Dan diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti. Terima kasih karena sudah mau untuk tetap kuat.



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 proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 27 Mei 2024

Bilqis Bentria Vidanti

43120010158



## 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>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Perilaku Konsumen .....	12
2. Keputusan Pembelian.....	13
3. Citra Merek.....	16
4. <i>Personal Branding</i> .....	18
5. Kualitas Produk .....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Pengembangan Hipotesis.....	30
D. Kerangka Konseptual .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	36

1. Definisi Variabel .....	36
2. Operasionalisasi variabel.....	38
D. Skala Pengukuran Variabel .....	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel .....	41
F. Metode Pengumpulan Data .....	42
G. Metode Analisis Data .....	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Uji Instrumen.....	44
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Analisis Deskriptif.....	52
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	55
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> ( <i>Outer Model</i> ).....	55
2. Evaluasi <i>Structural Model</i> ( <i>Inner Model</i> ) .....	61
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (H1) .....	65
2. Pengaruh <i>Personal Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	67
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H3).....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pra Survei Penelitian .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Operasional Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Personal Branding</i> .....	39
Tabel 3.3	Operasional Variabel Kualitas Produk .....	39
Tabel 3.4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 3.5	Instrument Skala <i>Likert</i> .....	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2	Usia Responden .....	53
Tabel 4.3	Domisili Responden .....	53
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	56
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Construct Reliability and Validity</i> .....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Heterotrait – Monotrait Ratio Of Correlations</i> .....	60
Tabel 4.9	Hasil Hasil Uji <i>Discriminant Validity (fornell Larcker)</i> .....	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> .....	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Nilai <i>F Square</i> .....	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Nilai <i>Q Square</i> .....	63
Tabel 4.13	Tabel Uji Hipotesis .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penguasa <i>Brand</i> Produk Kecantikan .....	2
Gambar 1.2	Merek Serum Terlaris Di Indonesia .....	4
Gambar 1.3	Serum <i>Scarlet</i> .....	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1	Hasil Algorithm PLS .....	57
Gambar 4.2	Hasil Algorithm PLS (Modifikasi) .....	59
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	65

