

**PENGARUH CITRA MEREK, GETOK TULAR
ELEKTRONIK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE
(Studi Pada Mahasiswa Univeritas Mercu Buana Meruya)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Noni Wahyuni
Nim : 43120010392

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

**PENGARUH CITRA MEREK, GETOK TULAR
ELEKTRONIK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya)**

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

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI UNGGUL

MERCU BUANA

Nama : Noni Wahyuni

Nim : 43120010392

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noni Wahyuni

Nim : 43120010392

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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, 30 Agustus 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Noni Wahyuni

NIM 43120010392

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Noni Wahyuni
NIM : 43120010392
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Getok Tular Elektronik, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya)
Tanggal Sidang : 30 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Rachi Titi Ramadhani Sari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A blue ink signature of Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA. is written over the word 'UNIVERSITAS' in the background logo.

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

A blue ink signature of Dudi Permana, Ph.D. is written over the word 'MERCU BUANA' in the background logo.

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244344



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, getok tular elektronik, dan kualitas produk terhadap minat beli produk Sunscreen Azarine. Populasi pada penelitian ini seluruh mahasiswa Universitas Mercu Buana kampus Meruya Selatan. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana yang mengetahui dan berminat membeli Sunscreen Azarine, dan berusia di 18-26 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal dengan pemilihan sampel menggunakan metode non probability sampling yaitu purposive sampling sehingga diperoleh 180 responden sebagai sampel dengan menggunakan rumus menurut hair. Teknik pengumpulan data menggunakan survei dengan instrument penelitian adalah Kuesioner. Alat uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan SmartPLS versi 3.0 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek, Getok Tular Elektronik, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine.

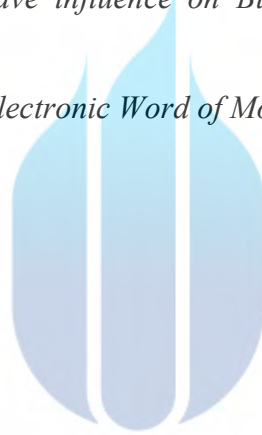
Kata Kunci: Citra Merek, Getok Tular Elektronik, Minat Beli



ABSTRACT

The study aims to test and analyze the influence of brand image, electronic word of mouth, and product quality on interest in buying Sunscreen Azarine products. The population in this study among the students at Mercu Buana University of South Meruya campus. The sample criteria used in this study are active students of Mercu Buana University who know and are interested in buying Azarine Sunscreen, and age in 18-26 years. The study used a quantitative method with a causal approach to sample selection using a non probability sampling method, so 180 respondents were obtained as samples using a hair-based formula. The technique of data collection using surveys with research instruments is a questionnaire. The statistical test tool used in this study is Partial Least Square (PLS) using SmartPLS version 3.0 The results of this study showed that Brand Image, Electronic Tular Getok, Product Quality have influence on Buying Interest Sunscreen Azarine Products.

Keywords: Brand Image, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkah dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Citra merek, Getok Tular Elektronik, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine (Studi Pada Mahasiswa Universita Mercu Buana Meruya)”. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan penelitian ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terkhusus kepada Rachi Titi Ramadhani Sari., SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

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

4. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Teristimewa, kedua orang tua yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan do'a yang tiada hentinya selalu kepada penulis.
7. Seluruh teman seperjuangan mahasiswa/i Manajemen S1 Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini, terima kasih.

Jakarta, 30 Agustus 2024

Noni Wahyuni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
1. Kontribusi Praktis	12
2. Kontribusi Teoritis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Minat Beli	15
3. Citra merek	18
4. Getok Tular Elektronik	20
5. Kualitas produk	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengembangan Hipotesis	29
D. Kerangka Konseptual	31
E. Hipotesis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasional Variabel	34
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Perusahaan	47
B. Analisis Deskriptif	48
C. Hasil <i>Partial Least Square</i>	57
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
3. Uji Hipotesis	68
4. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan (2014-2027)	1
Gambar 1.2 Penggunaan Brand Skincare Lokal & Luar Negri Bagi Wanita Indonesia	3
Gambar 1.3 Data Penjualan Top 10 Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Logo Azarine	47
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS	58
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 Instrument Skala Likert	38
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	50
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	51
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Variabel Getok Tular Elektronik	52
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Minat Beli	55
Tabel 4.9 Nilai Loading Factor	58
Tabel 4.10 Nilai Average Variance Exctract (AVE)	59
Tabel 4.11 Nilai Fornell-Lacker Criterion	60
Tabel 4.12 Nilai Cross Loading	61
Tabel 4.13 Nilai HTMT	62
Tabel 4.14 Nilai Composite Reliability	63
Tabel 4.15 Nilai Cronbach's Alpha	63
Tabel 4.16 Hasil Uji VIF (Variance Inflating Factor)	64
Tabel 4.17 Nilai R-square	65
Tabel 4.18 Nilai F- Square	65
Tabel 4.19 Nilai Predictive Relevance (Q2)	66
Tabel 4.20 Tabel T-Statistics	68
Tabel 4.21 Direct Effect Citra Merek	69
Tabel 4.22 Direct Effect Getok Tular Elektronik	69
Tabel 4.23 Direct Effect Kualitas Produk	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Pra Survey	86
Lampiran 2	: Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 3	: Data Jawaban Responden	91
Lampiran 4	: Hasil Deskripsi Responden	110
Lampiran 5	: Hasil Analisis Deskriptif Responden	111
Lampiran 6	: Hasil Pengujian Model Pengukuran	115
Lampiran 7	: Uji Hipotesis (Inner Model)	118

