

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK EMINA**



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

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK EMINA**

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



**NAMA: NABILA NOVIANTI**

**NIM: 43120010098**

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

**2024**

## **SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Novianti

NIM : 43120010098

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juli 2024



**Nabila Novianti**

**NIM: 43120010098**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nabila Novianti

NIM : 43120010098

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : ANALISIS KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK EMINA

Tanggal Sidang : 29 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-10244563



Scan QR or click here to  
Verification

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina. variabel independen dalam studi ini adalah kualitas produk, citra merek, dan harga, sementara Keputusan Pembelian berfungsi sebagai variabel dependen. Penelitian ini melibatkan populasi konsumen yang pernah membeli kosmetik emina di Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dengan sampel sebanyak 130 responden. Teknik analisis yang digunakan mencakup uji *outer model* yang meliputi *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha* untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Selain itu, uji *inner model*, termasuk *R-Square* dan *Goodness of Fit Model*, digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen dan diolah menggunakan program Smart PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik emina.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek , Harga dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of product quality, brand image, and price on purchasing decisions for Emina cosmetic products. The independent variables in this study are product quality, brand image, and price, while Purchasing Decisions serve as the dependent variable. This study involved a population of consumers who had purchased emina cosmetics in Kebon Jeruk, West Jakarta, with a sample of 130 respondents. The analysis techniques used include outer model tests which include Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, and Cronbach's Alpha to assess the validity and reliability of research instruments. In addition, the inner model test, including R-Square and Goodness of Fit Model, is used to measure the extent to which the independent variables affect the dependent variable. Data were collected through distributing questionnaires to consumers and processed using the Smart PLS 3.0 program. The results showed that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for emina cosmetic products, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for emina cosmetic products and price has a positive and significant effect on purchasing decisions for emina cosmetic products.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Price and Purchase Decision*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Clitra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina”. 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 pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, 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, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehatnasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Febrina Mahliza SE,M.Si selaku Dosen Tugas Akhir yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk
7. diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. 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.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

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, 24 Juli 2024



Nabila Novianti



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL 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 GAMBAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka	16
B. Pengembangan Hipotesis	39
C. Kerangka Konseptual	42
D. Hipotesis	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>43</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
D. Skala Pengukuran Variabel	48
E. Populasi dan Sampel Penelitian	49
F. Jenis dan Data Penelitian	50
G. Teknik Pengumpulan Data	51
H. Metode Analisis Data	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>58</b>

A. Gambaran Umum Perusahaan	58
B. Statistik Deskriptif	59
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>82</b>
A. Simpulan	82
B. Saran	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>89</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Yang Beredar di Indonesia Tahun 2018-2020	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	4
Gambar 1.3 Top 10 Brand Makeup Tahun 2020	5
Gambar 1.4 Merek Kosmetik Lokal Terpopuler	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loadings)	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)	70
Gambar 4.3 Hasil Uji Hipotesis	77
Gambar 4.4 Hasil Uji Bootstrapping	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra – Survei	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2 Instrument Skala Likert	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Usia Responden	60
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.4 Pendapatan dalam sebulan	62
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	65
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loadings)	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loadings) (Modifikasi)	71
Tabel 4.11 Hasil Discriminant Validity (Cross Loading)	72
Tabel 4.12 Average Variance Extraced	73
Tabel 4.13 Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker)	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.15 Hasil R-Square	76
Tabel 4.16 Hasil Q-Square	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	78