

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING DI
CENGKARENG JAKARTA BARAT**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Ellen Zudiet Arlenta
Nim : 43120010096

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ellen Zudiet Arlenta

NIM 43120010149

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutipdari 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).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2024



Ellen Zudiet Arlenta

NIM : 43120010096

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ellen Zudiet Arlenta
NIM : 43120010096
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETTWHITENING DI CENGKARENG JAKARTA BARAT
Tanggal Sidang : 12 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ir. Robert Edward, M.M., MT

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1



Manajemen

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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244447



Please Scan QRCode to
[Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian memilih Scarlett Whitening dalam pemakaian produk pada penggunaan Skincare pada fenomena lingkungan yang menunjukkan pengaruh kualitas produk menentukan bahwa harga bisa menjadi patokan masalah dalam melakukan pembelian Scarlett Whitening, dan *Influencer* menjadi daya tarik pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kualitas Produk, Harga, dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian . Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Cengkareng Jakarta Barat. sampelnya para masyarakat Cengkareng Jakarta Barat yang memakai *produk* dari *Scarlett Whitening* berjumlah 140, dihitung berdasarkan rumus Hair et al. Metode penarikan sampel menggunakan Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode penelitian ini dengan analisis data menggunakan Metode Partial Least Square (PLS). hasilnya bahwa harga dan *Influencer* berpengaruh dan signifikan, sedangkan kualitas produk berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Influencer*, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Research selecting Scarlett Whitening in product use on skincare use on environmental phenomena that shows the influence of product quality determines that price can be a benchmark problem in purchasing Scarlett Whitening, and Influencers are a purchasing attraction.

This research aims to analyze product quality, price and influencers on purchasing decisions. The population in this research is the people of Cengkareng, West Jakarta. The sample was 140 people from Cengkareng, West Jakarta who used Scarlett Whitening products, calculated based on the formula of Hair et al. The sampling method uses Purposive Sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. This research method involves data analysis using the Partial Least Square (PLS) method. The results show that price and influencers have a significant influence, while product quality has an influence but is not significant on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Influencers, Purchase Decision

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisni Universitas Mercu Buana Jakarta.

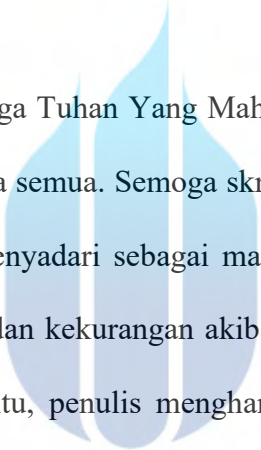
Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Terimakasih kepada Kedua orang tua Bapak, Ibu serta Keluarga Besar yang telah memberikan doa, dukungan serta material maupun moral yang tiada hentisehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Prof. Dr.Andi Andriansyah, M.E selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Erna Nurul Hidayah, M. Si, Ak selaku Dekan Falkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Dudi Permana, MM, Ph. D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Dr. Ir. Robert Edward, MM, MT, selaku Dosen Pembimbing yang telahmemberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi

terselesaikannya skripsi ini.

6. Ibu Dr. Daru Asih, M. Si selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang tak ternilai..
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa mengaruniakan rahmat dan hidayah-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagikita semua, Aamiin. 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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 16 Agustus 2024

Ellen Zudiet Arlenta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Bauran Pemasaran.....	15
B. Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel.....	17
1. Kualitas Produk.....	17
2. Dimensi Kualitas Produk	19
3. Harga.....	20
4. Influencer	23
5. Keputusan Pembelian.....	26
C. Kerangka Penelitian.....	34
D. Pengembangan dan Hubungan Antar Variabel	35
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	35
2. Hubungan <i>Influencer</i> dengan Keputusan Pembelian	36
E. Pengembangan Hipotesis	37

BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
1. Definisi Variabel Penelitian	39
D. Skala Pengukuran	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian.....	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
1. Kuesioner	45
2. Wawancara.....	46
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Instrumen	47
3. Asumsi Klasik.....	47
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV.....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil	52
1. Deskripsi Responden.....	52
2. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	54
3. Pengujian R-Square.....	62
4. Pengujian Hipotesis.....	62
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
1. Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	64
2. Hubungan Harga terhadap keputusan pembelian.....	65
3. Hubungan <i>Influencer</i> terhadap keputusan pembelian	66

BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Scarlet Whitening.....	4
Gambar 1. 2 - Grafik Top Brand Produk Kecantikan	5
Gambar 1. 3- Grafik Brand Serum Wajah	6
Gambar 1. 4 -Grafik Penjualan Produk Scarlett Whitening Periode Tahun	7
Gambar 2. 1- Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4. 1 Model Pengukuran (Outer Model)	55
Gambar 4. 2 Model Pengukuran setelah dieliminasi (Outer Model)	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hasil Pra-Survey.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1Operasional Variabel Independen	40
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	44
Tabel 3. 3 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 4. 1 Tabel Gender Responden	52
Tabel 4. 2 Tabel Pekerjaan Responden	53
Tabel 4. 3 Tabel Penghasilan Responden	54
Tabel 4. 4 Hasil Loading Factor 1.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Loading Factor setelah dieliminasi.....	58
Tabel 4. 6 Data hasil Cross Loading	59
Tabel 4. 7 Data hasil Fornell Larcker Criterion	60
Tabel 4. 8 Data hasil Chronbach Alpha dan Composite Reliability	61
Tabel 4. 9 Nilai R-Square	62
Tabel 4. 10 Data Hasil Pengujian Hipotesis	63