

**PENGARUH KUALITAS, KEMASAN DAN HARGA
PRODUK TERHADAP MINAT BELI MEREK KOMESTIK
MUSTIKA RATU DI JABODETABEK
(Studi pada Generasi Z)**

SKRIPSI



Nama : Virginia Azzahra

NIM : 43120110151

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KUALITAS, KEMASAN DAN HARGA
PRODUK TERHADAP MINAT BELI MEREK KOMESTIK
MUSTIKA RATU DI JABODETABEK**

(Studi pada Generasi Z)

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 : Virginia Azzahra
NIM : 43120110151

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Virginia Azzahra

NIM : 43120110151

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Maret 2025



Virginia Azzahra
43120110151

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH
(*SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
(*The undersigned, hereby declare that the scientific work written by*

Nama (*Name*) : Virginia Azzahra

NIM (*Student id Number*) : 43120110151

Program Studi (*Study program*) : S1 Manajemen

dengan judul:

(*The title:*

"Pengaruh Kualitas, Kemasan, dan Harga Terhadap Minat Beli Merek Kosmetik Mustika Ratu di Jabodetabek (Studi pada Generasi Z)"

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem *Turnitin* pada tanggal:

(*This undergone a plagiarism (similarity) checking using the Turnitin system on the date:*

12 Maret 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:

(*and the similarity percentage obtained was:*

26 %

Jakarta, 12 Maret 2025

Kepala Administrasi/ Tata Usaha

FEB Universitas Mercu Buana

(*Head of FEB Administration*)



(*Signature of the Head of FEB Administration*)

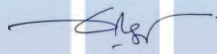
Ahmad Faqih, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Virginia Azzahra
NIM : 43120110151
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas, Kemasan, dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Merek Kosmetik Mustika Ratu di Jabodetabek (Studi pada Generasi Z)
Tanggal Sidang : 26 Februari 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Onggo Pramudito, ST., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254835



Scan QR or [click here](#) to Verification

ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Mustika Ratu merupakan salah satu merek kosmetik ternama di Indonesia. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan produknya. Salah satu alasan utama penurunan penjualan adalah persepsi bahwa produk Mustika Ratu lebih ditujukan untuk konsumen yang lebih tua, sehingga kurang menarik bagi generasi muda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kemasan produk, dan harga produk terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Mustika Ratu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 224 responden yang merupakan konsumen potensial di wilayah Jabodetabek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, maka minat beli konsumen dapat ditingkatkan. Sebaliknya, kemasan produk tidak memiliki pengaruh signifikan namun tetap positif terhadap minat beli. Secara simultan, ketiga variabel independen berkontribusi sebesar 57,0% terhadap minat beli, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini memberikan implikasi bahwa dalam meningkatkan minat beli konsumen, perusahaan perlu lebih menekankan pada peningkatan kualitas produk serta menetapkan harga yang kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemasar dalam menyusun strategi yang lebih efektif untuk menarik minat beli konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kemasan, Harga, Minat Beli, Mustika Ratu, Kosmetik, Jabodetabek

MERCU BUANA

ABSTRACT

The cosmetics industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years. Mustika Ratu is one of the leading cosmetic brands in Indonesia. However, in recent years, the company has faced significant challenges in maintaining its market share and product sales growth. One of the main reasons for the decline in sales is the perception that Mustika Ratu's products are primarily targeted at older consumers, making them less appealing to younger generations.

This study aims to analyze the influence of product quality, product packaging, and product price on consumer purchase intention for Mustika Ratu cosmetic products. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data was collected through a questionnaire distributed to 224 respondents who are potential consumers in the Greater Jakarta area (Jabodetabek).

The results indicate that product quality and product price have a positive and significant impact on purchase intention, meaning that improving these factors can enhance consumer interest. In contrast, product packaging does not have a significant influence but still maintains a positive relationship with purchase intention. Simultaneously, these three independent variables contribute 57.0% to purchase intention, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study.

These findings imply that to increase consumer purchase intention, companies should focus more on improving product quality and setting competitive prices. This research is expected to provide insights for marketers in developing more effective strategies to attract consumer interest.

Keywords: *Product Quality, Packaging, Price, Purchase Interest, Mustika Ratu, Cosmetics, Jabodetabek*

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas, Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Merek Kosmetik Mustika Ratu Di Jabodetabek (Studi pada Generasi Z)”**. Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan 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 skripsi terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah. M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
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. Onggo Pramudito, ST., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.

6. 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 kuliah.
7. Teristimewa Ayah; Bapak Yuardi, dan Alm. Ibu saya; Kibtiyah serta adik dan kakak saya yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material yang tiada henti kepada saya serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Tidak luput juga Stussy atau Uci, kucing saya, yang menemani saya dalam penyusunan skripsi ini dan membuat saya bersemangat.
9. Terakhir, seseorang yang paling istimewa untuk saya, Priya Ridha Pranaja yang terus memberikan dukungan dalam berbagai hal selama proses penelitian ini sehingga penelitian ini bisa selesai sebagaimana mestinya.

Penulis menyadari bahwa skripsi jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 12 Maret 2025



Virginia Azzahra

43120110151

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Teori Perilaku Konsumen	14
3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	15
4. Minat Beli	16
5. Kualitas Produk	20
6. Kemasan Produk	23
7. Harga	26
8. Peneliti Terdahulu	29
B. Pengembangan Hipotesis	31
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	31

2. Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli	32
3. Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli	32
C. Kerangka Konseptual	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasional Variabel	35
1. Definisi Variabel	36
2. Operasionalisasi Variabel	37
D. Skala Pengukuran	39
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	40
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	48
1. Sejarah Mustika Ratu	48
2. Visi dan Misi Mustika Ratu	48
3. Logo Mustika Ratu	48
B. Analisis Deskriptif Responden	49
C. Analisis Deskriptif Variabel	51
D. Uji Instrumen	58
E. Uji Asumsi Klasik	62
F. Uji Regresi Berganda	64
G. Uji Hipotesis	66
H. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	68
2. Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli	69
3. Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli	69
4. Keterkaitan Variabel yang Paling Berpengaruh terhadap Minat Beli	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71

B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penjualan Produk Kosmetik Wardah	3
1.2	Pra survei Penelitian	4
2.1	Sintesa Indikator Variabel Minat Beli	21
2.2	Peneliti Terdahulu	31
3.1	Operasionalisasi Variabel	41
3.2	Skala Likert	44
4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin	51
4.2	Karakteristik Responden Jenis Usia	51
4.3	Karakteristik Responden Pendapatan	52
4.4	Karakteristik Responden Domisili	52
4.5	Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan	53
4.6	Deskriptif Responden Variabel Kualitas Produk	53
4.7	Deskriptif Responden Variabel Kemasan Produk	55
4.8	Deskriptif Responden Variabel Harga Produk	57
4.9	Deskriptif Responden Variabel Minat Beli	58
4.10	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	60
4.11	Uji Validitas Variabel Kemasan Produk	61
4.12	Uji Validitas Variabel Harga Produk	61
4.13	Uji Validitas Variabel Minat Beli	62
4.14	Uji Reliabilitas	62
4.15	Hasil Uji Normalitas	64
4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
4.19	Hasil Uji Simultan F	69
4.20	Hasil Uji Parsial t	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Diagram Brand Internasional	1
1.2	Penjualan Make Up Mustika Ratu	3
1.3	Top Brand Index	5
2.1	Kerangka Konseptual	35
4.1	Logo Mustika Ratu	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Kuisisioner Kualitas	82
1.2	Kuisisioner Kemasan	82
1.3	Kuisisioner Harga	82
1.4	Kuisisioner Minat Beli	83
1.5	Tabel Nilai Kritis Distribusi T	83

