

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN UNIQLO**

(Studi pada Wilayah Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Dini Fauziah

Nim : 43121010187

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

JAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN UNIQLO**

(Studi pada Wilayah Jakarta Barat)

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 : Dini Fauziah
Nim : 43121010187

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Fauziah

NIM : 43121010187

Program Studi : 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
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Agustus 2025



Dini Fauziah

NIM: 43121010187

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : DINI FAUZIAH
NIM : 43121010187
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN UNIQLO (Studi pada Wilayah Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 July 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Juli/29/0000000240/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dini Fauziah
NIM : 43121010187
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN UNIQLO (Studi Pada Wilayah Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 18 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ade Permata Surya, S.Gz., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255244



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

ABSTRAK

Tren fashion yang terus berkembang menjadikan UNIQLO sebagai salah satu merek pakaian yang diminati, khususnya di Jakarta Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen UNIQLO. Sebanyak 165 responden dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berperan penting dalam mendorong konsumen untuk membeli produk UNIQLO. Oleh karena itu, UNIQLO disarankan untuk terus menjaga kualitas produk, memperkuat citra merek, serta menerapkan strategi harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, UNIQLO.



ABSTRACT

The growing fashion trend has positioned UNIQLO as one of the preferred clothing brands, especially in West Jakarta. This study aims to examine the effect of product quality, brand image, and price on consumers' purchasing decisions toward UNIQLO. A total of 165 respondents were selected using purposive sampling. Data were collected through a Google Form questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) approach via SmartPLS 4.0 software. The findings reveal that product quality, brand image, and price each have a positive and significant impact on purchasing decisions. This indicates that these three factors play a crucial role in influencing consumers to buy UNIQLO products. Therefore, it is recommended that UNIQLO maintain product quality, enhance brand image, and apply pricing strategies that align with consumer value perceptions.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision, UNIQLO.*



KATA PENGANTAR

Segala puji penulis ucapkan kepada Tuhan yang maha esa karena atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Uniqlo (Studi Pada Wilayah Jakarta Barat)”**.

Peneliti menyadari penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Ade Permata Surya, S.Gz, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, waktu luang dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya penelitian ini. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., Ca selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Ade Pertama Surya, S.Gz, M.M selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasehat nasehat yang sangat bermanfaat
5. Bapak Janfry Sihite, Dr. SE, MSM selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

6. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binsis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
7. Teristimewa Bapak Sugito dan Ibu JuniYanti selaku kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai yang telah membesarkan dan mendidik serta memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
8. Sahabat Seperjuangan (Lia Ningsih, Imellia Merlissha, Nacmi Millati Priyanto, Mella Maulista dan Dilla Ayu Ananda) yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Para Sahabat dan teman teman penulis yang telah setia memberikan dukungan untuk menyusun skripsi ini
10. Seluruh Tim Holiday Inn Express Jakarta Wahid Hasyim, khususnya tim Sales, yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis. Dukungan yang diberikan menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Teman – Teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2021 atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengakui bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis sangat berharap mendapatkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dapat disempurnakan di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan, terutama bagi penulis dan juga pembaca. Sebagai penutup, dengan sepuh hati, penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan atau kekurangan dalam proposal penelitian ini.

Jakarta, 20 Agustus 2025

Dini Fauziah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR HASIL 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	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen.....	14
3. Keputusan Pembelian	16
4. Kualitas Produk	19
5. Citra Merek.....	26
6. Harga	29
7. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Pengembangan dan Hipotesis.....	35
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	36

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
C. Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Variabel	40
2. Definisi Operasional Variabel.....	41
D. Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian.....	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	47
2. Uji Instrumental	49
3. Analisis Partial Least Square.....	50
4. Langkah Langkah Uji Analisis Partial Least Square.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	55
B. Statistik Deskriptif.....	56
1. Deskripsi Responden.....	56
2. Deskripsi Variabel	60
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Penduduk Indonesia pada tahun 2016-2024.....	1
1.2	Hasil Kuesioner <i>Pra Survey</i>	7
1.3	<i>Research Gap</i>	9
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasional Variabel.....	42
3.2	Instrumen <i>Skala Likert</i>	43
4.1	Jenis Kelamin Responden	57
4.2	Usia Responden.....	57
4.3	Pendidikan Terakhir Responden	58
4.4	Pekerjaan Responden	59
4.5	Pendapatan Responden Perbulan	60
4.6	Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	61
4.7	Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk.....	62
4.8	Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek	63
4.9	Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Harga	64
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
4.11	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
4.12	Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i>	69
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	70
4.14	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> - Modifikasi	71
4.15	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> - Modifikasi	72
4.16	Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i> - Modifikasi	72
4.17	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i> - Modifikasi ...	73
4.18	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	73
4.19	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	75
4.20	Hasil Pengujian <i>F-Square</i>	75
4.21	Hasil Pengujian <i>Q-Square</i>	76
4.22	Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Persentase Produk yang sering dibeli masyarakat indonesia	3
1.2	Top 10 Brand Fashion tahun 2022	4
1.3	Top 10 Brand Fashion paling bernilai tahun 2021	5
1.4	<i>Brand Value</i> Uniqlo.....	6
2.1	Kerangka Konseptual.....	38
4.1	Logo Uniqlo	55
4.2	Hasil Pengujian PLS <i>Alghoritm</i>	67
4.3	Hasil Pengujian PLS <i>Alghoritm</i> - Modifikasi	71
4.4	Hasil Pengujian <i>Bootsrapping</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	91
2	Hasil Output Kuesioner.....	97
3	Hasil Output <i>SmartPLS</i> 4.0	101

