

**PENGARUH KUALITAS, CITRA MEREK DAN HARGA
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA KOSMETIK HANASUI**

SKRIPSI



Nama : Adelia Apriatna

NIM : 43119120134

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

2025

**PENGARUH KUALITAS, CITRA MEREK DAN HARGA
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA KOSMETIK HANASUI**

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



**Nama : Adelia Apriatna
NIM : 43119120134**

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adelia Apriatna
NIM : 43119120134
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas, Citra Merek, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kosmetik Hanasui
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255629



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

	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 : ADELIA APRIATNA
NIM : 43119120134
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS, CITRA MEREK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
Hasil Pengecekan Turnitin : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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, 06 October 2025

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2025/Oktobre/06/0000000614/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adelia Apriatna
NIM : 43119120134
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.

Depok, 25 Juni 2025



Adelia Apriatna
43119120134

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas, citra merek dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada kosmetik Hanasui. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan menggunakan produk kosmetik Hanasui di Depok. Sampel yang diambil berjumlah 170 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan SEM PLS dengan Smartpls versi 4. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus menempatkan kualitas sebagai prioritas utama dalam setiap tahap pengembangan produk. Perusahaan perlu membangun kepercayaan dan persepsi positif yang melekat di benak konsumen agar tetap relevan dan diingat, terutama di tengah banyaknya pilihan produk kosmetik di pasar. Konsumen akan merasa puas jika harga yang dibayarkan sebanding atau lebih rendah dari manfaat dan kualitas yang diterima.

Kata kunci: citra merek, harga, kepuasan konsumen, kosmetik, kualitas produk



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of product quality, brand image, and price on consumer satisfaction with Hanasui cosmetics. The research design employed in this study is quantitative with descriptive and causal approaches. The population consists of all consumers who purchase and use Hanasui cosmetic products in Depok. The sample comprised 170 consumers selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire, and the data analysis technique employed was SEM-PLS with SmartPLS version 4. The findings indicate that product quality, brand image, and price have a positive and significant effect on consumer satisfaction. Companies should place quality as a top priority in every stage of product development. Furthermore, companies need to build trust and positive perceptions in the minds of consumers to remain relevant and memorable, especially amid the increasing number of cosmetic product choices in the market. Consumers will feel satisfied if the price paid is comparable to or lower than the benefits and quality received.

Keywords: brand image, price, consumer satisfaction, cosmetics, product quality



KATA PENGANTAR

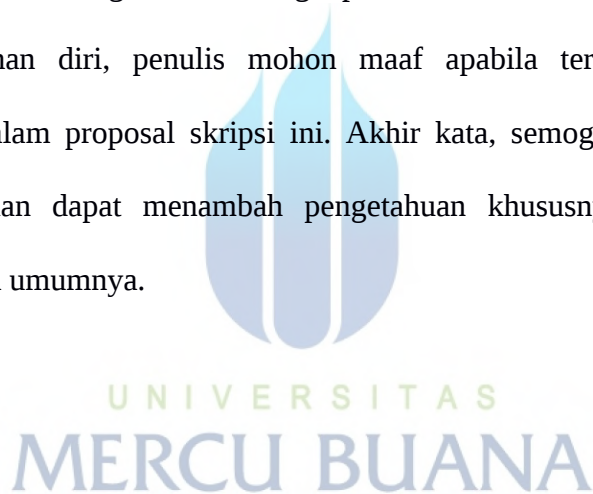
Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas, Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kosmetik Hanasui”. Proposal Skripsi ini merupakan syarat 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. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, M.M., PH.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Cut Edwina Safia Oebit, SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Teristimewa, kedua orang tua dan ketiga adik saya tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teruntuk, suami saya Putra Rahmah Kurniawan yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan 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 kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Depok, 25 Juni 2025



Adelia Apriatna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Teori Perilaku Konsumen.....	15
2. Kepuasan Konsumen.....	16
3. Kualitas Produk.....	22
4. Citra Merek.....	25
5. Harga.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Pengembangan Hipotesis.....	32
D. Kerangka Konseptual.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39

2. Operasional Variabel.....	42
D. Skala Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
F. Metode Pengumpulan Data.....	48
G. Metode Analisis Data.....	49
1. Analisis Deskriptif.....	49
2. Uji Instrumen.....	50
3. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Analisis Deskriptif.....	56
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
2. Deskripsi Responden.....	59
3. Deskripsi Variabel.....	61
a. Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	61
b. Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	62
c. Hasil Deskripsi Variabel Harga.....	64
d. Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	65
B. Analisis Data Partial Least Square.....	66
1. Convergent Validity.....	66
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	73
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan Transaksi e-Commerce di Indonesia Tahun 2022-2024.....	2
Tabel 1.2 Data Hasil Pra Survei Penelitian.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	45
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Variabel Harga.....	63
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.6 Hasil pengujian Convergent Validity.....	66
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	67
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	69
Tabel 4.9 Pengujian Discriminant Validity – Fornell Larcker.....	70
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	71
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach’s Alpha.....	71
Tabel 4.12 Nilai Variabel Endogen.....	72
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Merek Lipstik di Indonesia Tahun 2021 - 2025.....	4
Gambar 1.2 Penjualan Hanasui di E-Commerce dalam Tahun 2024.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4.1 Logo Hanasui.....	57
Gambar 4.2 Hasil Alogaritma PLS.....	67
Gambar 4.3 Hasil Alogaritma PLS (modifikasi).....	68
Gambar 4.4 Hasil Uji Bootstrapping.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner.....	87
2. Data Kuisisioner.....	93
3. Hasil Analisis Smart PLS 4.0.....	109

