

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE SKINTIFIC PADA GENERASI MILENIAL
PENGGUNA MARKETPLACE DI JABODETABEK**

SKRIPSI



Nama : Shelvya Anggreani

NIM : 43121010119

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

2025

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE SKINTIFIC PADA GENERASI MILENIAL
PENGGUNA MARKETPLACE DI JABODETABEK**

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



Nama : Shelvya Anggreani

NIM : 43121010119

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shelvya Anggreani

NIM : 43121010119

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2025


Shelvya Anggreani
43121010119

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Shelvya Anggreani
NIM : 43121010119
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific pada Generasi Milenial Pengguna Marketplace di Jabodetabek
Tanggal Sidang : 08 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Anton Hindardjo, SE., MM., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA-08255467



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 : SHELVYA ANGGREANI
NIM : 43121010119
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC PADA GENERASI MILENIAL PENGGUNA MARKETPLACE DI JABODETABEK
Hasil Pengecekan Turnitin : 15%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **15%** 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, 15 September 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/September/15/0000000570/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. Populasi dalam penelitian ini adalah kalangan milenial yang berdomisili di Jabodetabek. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 160 responden dengan kriteria yang telah menggunakan Skincare Skintific. Metode pengumpulan data menggunakan Purposive Sampling serta memanfaatkan instrumen kuesioner daring melalui Google Form. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Square (PLS) menggunakan software Smart-PLS 4.0. Hasil uji hipotesis pada penelitian menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



ABSTRACT

This research focuses on analyzing the influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Skintific Skincare. The population in this study are millennials residing in Jabodetabek. A sample of 160 respondents who have used Skintific Skincare was utilized. Data collection methods employed Purposive Sampling and utilized an online questionnaire instrument via Google Form. Data analysis was performed using Partial Least Square (PLS) with Smart-PLS 4.0 software. The results of the hypothesis test in the study show that brand image, price and product quality have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords : *Product quality, Brand image, Price, Purchase Decision, Skincare.*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang maha esa karena atas izin Rahmat dan karunia yang ia berikan, sehingga peneliti dapat Menyusun proposal penelitian ini dengan Judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC PADA GENERASI MILENIAL MARKETPLACE DI JABODETABEK”**. Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari penelitian ini tidak lepas dari kesalahan serta kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Penyusunan proposal penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya selaku dosen pembimbing skripsi ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan saran, motivasi, serta waktu luang selama bimbingan, dan nasihat – nasihat yang bermanfaat kepada penulis demi terselesaikannya proposal penelitian ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada para pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Penelitian ini terutama kepada :

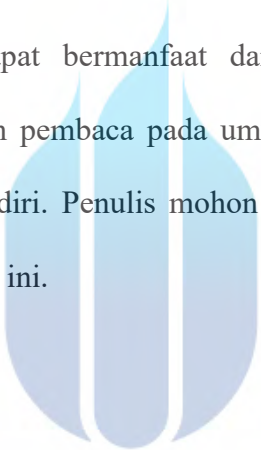
1. Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., Ca selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf 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.
5. Kepada Cinta pertama dan panutanku Bapak Selamat B. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau bekerja keras, memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan program studi sampai selesai.
6. Kepada pintu surgaku, Ibu Masenah. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi, beliau juga tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau tidak henti memberikan semangat, serta doa yang selalu mengiringi langkah pipi, penulis yakin 100% bahwa doa ibunya telah banyak menyelamatkan dalam menjalani hidup yang keras.
7. Kakak saya terkasih, Lisa Budiyanti dan Arif Novianto Purnomo yang telah mendukung, menghibur, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah, Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.
8. Keponakan saya tercinta Starlyn Willy Alundra Purnomo dan Muhammad Azzam terima kasih atas kelucuan-kelucuan yang membuat penulis senang sehingga penulis semangat untuk mengerjakan penelitian ini sampai selesai.
9. Teruntuk Nail Hani dan Jauza Kautsari sahabat yang telah banyak membantu dan menemani setiap proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih karena sudah menjadi partner terbaik dalam proses penulisan tugas akhir ini, mulai dari penyusunan proposal, penyusunan berkas seminar, penelitian, proses olah data, persiapan sidang sehingga pengurusan berkas wisuda.

10. Shelvya Anggreani, ya! Diri saya sendiri, Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terima kasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati prosesnya, yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umunnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri. Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 30 Juli 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Shelvya Anggreani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR HASIL UJI TURNITIN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Perilaku Konsumen Dalam Manajemen Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen	12
4. Harga	18
5. Kualitas Produk	20
6. Keputusan Pembelian	22
a. Teori Keputusan Pembelian.....	22
B. Penelitian Terdahulu	29
D. Rerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel.....	40

2. Operasional Variabel	42
D. Skala Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	44
1. Populasi Penelitian	44
2. Sampel Penelitian	45
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	47
2. Analisis Partial Least Square (PLS)	48
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	48
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)	48
c. Menguji Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B. Deskriptif Responden	54
1. Karakteristik Responden	54
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace	55
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
b) Variabel Harga	59
c) Variabel Kualitas Produk	60
C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS)	63
1. Evaluasi Pengukuran (Outer Model)	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

1.1 Pra Survei terhadap Konsumen Skincare Skintific.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	29
3.1 Operasional Variabel	42
3.2 Skala <i>Likert</i>	44
4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	55
4.3 Deskripsi Berdasarkan Marketplace.....	56
4.4 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.5 Deskripsi Berdasarkan Pengeluaran perBulan.....	57
4.6 Deskripsi Berdasarkan Domisili.....	57
4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek	58
4.8 Deskripsi Variabel Harga	59
4.9 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	60
4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	61
4.11 Hasil Loading Factor.....	64
4.12 Hasil average variance extracted (AVE).....	66
4.13 Hasil Fornell Larcker Criterion	67
4.14 Hasil Discriminant Validity.....	67
4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
4.16 Hasil Uji R-Square.....	71
4.18 Hasil Uji Q-Square.....	71
4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data Penjualan Kosmetik Di Indonesia	2
1.2 Survei Penggunaan Kosmetik	4
2.1 Rerangka Pemikiran	38
4.1 Hasil Algoritma PLS	64
4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	73

