



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK KOSMETIK SARIAYU DI KELURAHAN  
RANGKAPAN JAYA BARU, DEPOK**

**SKRIPSI**

**ANANDA CHAIRUNNISA 1410111150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2019**



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK KOSMETIK SARIAYU DI KELURAHAN  
RANGKAPAN JAYA BARU, DEPOK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**ANANDA CHAIRUNNISA 1410111150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ananda Chairunnisa

NIM. : 1410111150

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ananda Chairunnisa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ananda Chairunnisa  
NIM. : 1410111150  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Produk Kosmetik Sariayu di Kelurahan Rangkapann Jaya  
Baru, Depok**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 07 Januari 2019

Yang menyatakan,



Ananda Chairunnisa

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK KOSMETIK SARIAYU DIKELURAHAN  
RANGKAPAN JAYA BARU, DEPOK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ANANDA CHAIRUNNISA 141011150**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 07 Januari 2019  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Drs. Hariyanto Ridwan, M.M.**  
Ketua Penguji



**Jenji Guanedi Argo, S.E., M.M.**  
Penguji I



**Diana Triwardhani, S.E., M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M.**  
Ketua Jurusan Manajemen



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Januari 2019

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, THE PRICE, AND QUALITY  
PRODUCT TOWARD SARIAYU COSMETICS BUYING  
DECISION IN DISTRICT RANGKAPAN JAYA BARU, DEPOK***

By

**Ananda Chairunnisa**

*Abstract*

*This study is a quantitative study aims to know the effect of the brand image, the price, and quality product toward buying decision. The population of this study is the society of district Rangkapan Jaya Baru, Depok. The sample was conducted for 75 respondents. The methodology of this study is non-probability sampling, especially purposive sampling. The data was collected by distributing the questionnaire. This study analyzed using PLS (Partial Least Square) analysis technique. The result of this study showed that (1) the brand image significantly affect the buying decision with the coefficient percentage as big as 0,258. (2) the price significantly affect the buying decision with the coefficient percentage as big as 0,746. (3) the product quality did not significantly affect the buying decision with the coefficient as big as 0,005.*

*Keywords: brand image, the price, product quality, and buying decision.*

# **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK SARIAYU DI KELURAHAN RANGKAPAN JAYA BARU, DEPOK**

Oleh

**Ananda Chairunnisa**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Rangkapan Jaya Baru, Depok. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,258. (2) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,746. (3) kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,005.

Kata kunci: citra merek, harga, dan kualitas produk keputusan pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Senin , tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ANANDA CHAIRUNNISA

No.Pokok Mahasiswa : 1410111150

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Sariayu Di Kelurahan Rangkapan Jaya Baru, Depok  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~Tidak Lulus~~ \*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

#### Keterangan :

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*\*) Dosen Pembimbing





## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Sariayu di Kelurahan Rangkapan Jaya Baru, Depok”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr. Jubaedah, S.E.,M.M. Selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Drs. Nurmatias, M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Wahyudi, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Diana Triwardhani S.E.,M.M., sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Heni Nastiti M.M. selaku dosen pembimbing II serta dosen-dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta yang telah banyak memberikan kesempatan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mamah kakak dan Alif Ramadhan tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu, Indah, Nada, Herma, Ricky, Angga, Yoanda, Mathilda, Panji, A.Fauzie, Anak-anak Idoit Komplek, serta Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2014 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 07 Januari 2019

Ananda Chairunnisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2.1 Keputusan Pembelian .....	9
2.1.2.2 Macam-Macam Peran Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2.3 Serangkaian Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2.4 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2.5 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Merek (Brand) .....	14
2.1.3.1 Level-Level Merek .....	14
2.1.3.2 Citra Merek.....	15
2.1.3.3 Manfaat Citra Merek .....	16
2.1.3.4 Dimensi Citra Merek .....	18
2.1.3.5 Indikator Citra Merek .....	18
2.1.4 Harga .....	19
2.1.4.1 Tahapan Penetapan Harga .....	20
2.1.4.2 Peranan Harga.....	20
2.1.4.3 Tujuan Penetapan Harga.....	20
2.1.5 Kualitas Produk .....	21
2.1.5.1 Kategori dalam Produk.....	21
2.1.5.2 Dimensi Kualitas Produk.....	22
2.1.5.3 Tahapan Kualitas Produk.....	23
2.1.5.4 Tingkatan Produk .....	23
2.2 Citra Merek Pada Keputusan Pembelian.....	25

2.2.1	Harga Pada Keputusan Pembelian.....	26
2.2.2	Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian.....	27
2.3	Kerangka Pemikiran .....	28
2.4	Hipotesis .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.1.1	Definisi Operasional .....	31
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	32
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi .....	32
3.2.2	Sampel .....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data .....	34
3.3.3	Pengumpulan Data.....	34
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	36
3.4.1	Teknik Analisis Data .....	36
3.4.1.1	Analisis Deskriptif.....	36
3.4.1.2	Analisis Inferensial .....	37
3.4.1.3	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	41
3.4.2	Uji Hipotesis .....	43
3.4.2.1	Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual).....	43
3.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.4.2.3	Uji Q- Square ( $Q^2$ ) .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	46
4.1.1	Sejarah Sariayu .....	46
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Kosmetik Sariayu .....	46
4.2	Analisis dan Uji Hipotesis .....	47
4.2.1	Deskripsi Data .....	47
4.2.2	Deskripsi Data Responden .....	47
4.2.3	Analisis Deskriptif.....	49
4.3	Uji Inferensial .....	55
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	55
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	58
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan.....	59
4.3.1.3	Uji Reliabilitas Partial Least Square.....	60
4.3.2	Model Struktural (Inner Model) .....	61
4.3.2.1	R-Square .....	61
4.3.2.2	Q-Square .....	61
4.3.2.3	Uji Hipotesis .....	62
4.3.2.3.1	Uji t-Statistik .....	62
4.4	Pembahasan .....	64
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	65

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	68
5.3	Saran .....	68
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Produk Lipstick .....	2
Tabel 2.	Produk Foundation .....	2
Tabel 3.	Produk Blush On .....	2
Tabel 4.	Sabun Pembersih Wajah.....	2
Tabel 5.	Pengukuran Variabel .....	32
Tabel 6.	Skala Likert .....	35
Tabel 7.	Kisi-Kisi Instrumen .....	35
Tabel 8.	Peringkat Jawaban Responden .....	36
Tabel 9.	Interprestasi Nilai Presentase Responden .....	37
Tabel 10.	Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	43
Tabel 11.	Data Responden.....	47
Tabel 12.	Frekuensi Usia.....	48
Tabel 13.	Pekerjaan/Status .....	48
Tabel 14.	Penghasilan.....	49
Tabel 15.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 16.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.	52
Tabel 17.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	53
Tabel 18.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	54
Tabel 19.	Outer Loading Factor Hasil Output PLS.....	58
Tabel 20.	Fornell-Lacker Criterium .....	59
Tabel 21.	Average Variance Extracted (AVE) Output Hasil PLS .....	59
Tabel 22.	Composite Reliability Hasil Output PLS .....	60
Tabel 23.	Cronbach's Alpha Hasil Output PLS .....	60
Tabel 24.	Nilai R Square Hasil Output PLS.....	61
Tabel 25.	Hasil Uji t-Statistik.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 2.	Langkah-Langkah PLS .....	39
Gambar 3.	Kerangka Model Penelitian .....	40
Gambar 4.	Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS .....	56
Gambar 5.	Gambar Outer Model Setelah Re-estimasi .....	57
Gambar 6.	Inner Model.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Martiks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Surat Riset