



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

MADLINE ALEXANDRA ANGELICA BARUS 1910111252

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

2022



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

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

MADLINE ALEXANDRA ANGELICA BARUS 1910111252

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Madeline Alexandra Angelica Barus

Nim : 1910111252

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

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METRAN TEMPEL'. The serial number '9AC11AKX182125501' is visible at the bottom.

(Madeline Alexandra Angelica Barus)

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Madeline Alexandra Angelica Barus

Nim : 1910111252

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

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Madeline Alexandra Angelica Barus)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Madeline Alexandra Angelica Barus
NIM : 1910111252
Fakultas : 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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan
Pembelian Produk *Skincare* Somethinc di Jakarta Selatan**

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 : 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Madeline Alexandra Angelica Barus)

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

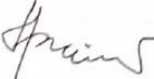
Dipersiapkan dan disusun oleh:

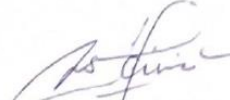
Madeline Alexandra Angelica Barus 1910111252


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 21 Desember
2022**

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Yuliniar, SE, MM
Ketua Penguji


Lina Arvani, SE, MM
Penguji I


Rosali Sembiring, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)


Dr. Dianwicakasih Ariesthara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Desember 2022

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

By Madeline Alexandra Angelica Barus

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine, analyze, and prove the influence of brand image, product quality, and price on the purchase decision of Somethinc skincare in South Jakarta. The population in this study were consumers of Something skincare in South Jakarta. Furthermore, the sample obtained was 100 respondents and the data was collected through a google form in form of questionnaire. The technique used is purposive sampling with descriptive analysis and inferential analysis. The data is processed using a tool called SmartPLS 4.0. Then, the hypothesis testing that has been obtained from this study is as follows, (1) there is a positive and significant influence between the brand image on purchasing decisions which has an effect of 0.380, (2) there is a positive influence and significant between product quality on purchasing decisions which have an effect of 0.396, (3) there is a positive and not significant effect between price on purchasing decisions which influence 0.112. The contribution from the variable brand image, product quality, and price together amounted to 0.699 or 69.9% while the rest was caused by other factors outside this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

Oleh Madeline Alexandra Angelica Barus

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan adanya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc di Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen skincare Somethinc pada Kota Jakarta Selatan. Selanjutnya, sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden dan data dikumpulkan melalui google form yang berbentuk kuesioner. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data diolah menggunakan alat yang bernama SmartPLS 4.0. Kemudian, uji hipotesis yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut, (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,380, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,396, (3) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,112. Kontribusi dari variabel citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama sebesar 0,699 atau 69,9% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang diluar penelitian ini.

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



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS 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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Madeline Alexandra Angelica Barus

No.Pokok Mahasiswa : 1910111252

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Rosali, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2022
Mengesahkan
A.n DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya serta kekuatan dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Jakarta Selatan”. Penulis sampaikan terima kasih kepada Dr. Erna Hernawati Ak, CPMA, CA, CGOP selaku Rektor UPN Veteran Jakarta, Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak., M.Ak, CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, dan Rosali, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk memberi masukan dan arahan dalam proses pembuatan skripsi, serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan bagi penulis. Terima kasih sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada orang tua terkasih, Bapak Salmon Barus dan Ibu Herlina Tarigan yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat pada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis dari lingkungan UPN Veteran Jakarta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu penulis menyusun skripsi. Serta penulis ingin mengucapkan terima kasih pada diri sendiri karena sudah bertahan sejauh ini untuk menyelesaikan tanggung jawab penulis dan berhasil melewati seluruh rintangan yang ada. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka penulis memohon maaf bila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap dapat mendapatkan kritik dan saran yang bermanfaat serta membangun.

Jakarta, 9 November 2022

Madeline Alexandra Angelica Barus

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Citra Merek	12
2.1.4 Kualitas Produk	14
2.1.5 Harga	15

2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	18
2.3	Model Penelitian Empiris.....	33
2.3.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN.....	36
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1	Definisi Operasional.....	36
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	37
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1	Jenis Data.....	39
3.3.2	Sumber Data.....	39
3.3.3	Pengumpulan Data.....	40
3.4	Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.4.2	Analisis Inferensial.....	43
3.4.3	Uji Hipotesis.....	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	49
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	49
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	52
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	58
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	58
4.3.2	Model Struktural (Inner Model).....	62

4.3.3	Uji Hipotesis	64
4.4	Pembahasan	66
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.5	Keterbatasan Penelitian	70
BAB V	SIMPULAN	72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA	74
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78
	LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 3. Skala Likert.....	40
Tabel 4. Kisi - Kisi Kuesioner	41
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	42
Tabel 6. Uji Reliabilitas	45
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan.....	51
Tabel 10. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ..	53
Tabel 11. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	54
Tabel 12. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	55
Tabel 13. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Harga	57
Tabel 14. Loading Factor	59
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 16. Uji Reliabilitas	61
Tabel 17. Uji R – Square.....	62
Tabel 18. Uji Q – Square.....	63
Tabel 19. Uji T – Statistik.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sepuluh Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce.....	2
Gambar 2. Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Bulan Mei 2021	3
Gambar 3. Sembilan Brand Pelembab Wajah.....	3
Gambar 4. Model Penelitian	35
Gambar 5. Logo Somethinc	48
Gambar 6. Outer Model	58
Gambar 7. Inner Model.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner.....	80
Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden	85
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden	103
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	105
Lampiran 5 Hasil Outer Model PLS	107
Lampiran 6 Hasil Output Model PLS	108
Lampiran 7 Inner Model	111