



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK , DAN  
*SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIANPRODUK SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

**ICHA MONICA 2010111176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK ,  
DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIANPRODUK SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

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

**ICHA MONICA 2010111176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Icha Monica

NIM. : 2010111176

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

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan



(Icha Monica)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Icha Monica  
NIM : 2010111176  
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 :

#### **Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening**

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 : 27 September 2023

Yang menyatakan,



(Icha Monica)

# LEMBAR PENGESAHAN


## SKRIPSI

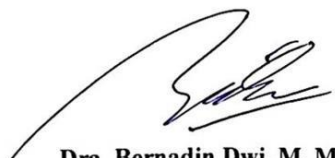
### ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING


*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

ICHA MONICA                      2010111176


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 21 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M  
Ketua Penguji

  
Dra. Bernadin Dwi, M, MM  
Penguji I

  
Lina Aryani, S.E., M.M  
Penguji II (Pembimbing)

  
Dr. Jubaedah, S.E., M.M.  
Dekan

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

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 21 Desember 2023

**Analysis of the Influence of Brand Image, Product Quality, and  
Social Media Marketing on Purchase Decisions for Scarlett  
Whitening Products**

**Oleh Icha Monica**

**ABSTRACT**

*Competition in the business world today seems increasingly fierce, and the same applies to the beauty industry. The high demand for skincare needs makes business actors carry out various appropriate marketing strategies to ensure purchasing decisions for the products offered. The aim of this research is to find out, analyze and prove whether brand image, product quality and social media marketing influence purchasing decisions. The population in this study are users and have owned Scarlett Whitening products in DKI Jakarta province. The sample used in this research was 100 people. Using the Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS 4 software. The results obtained show that the product quality and social media marketing variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, while the brand image variable has no significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Social Media Marketing, Purchasing Decisions*

**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan *Social Media Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening**

**Oleh Icha Monica**

**ABSTRAK**

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin terlihat ketat, begitu pula dengan industri kecantikan. Tingginya permintaan kebutuhan *skincare* membuat para pelaku usaha melakukan berbagai strategi pemasaran yang tepat agar terjadi keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah citra merek, kualitas produk, dan *social media marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna dan pernah memiliki produk Scarlett Whitening di provinsi DKI Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 4. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan *social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian

# BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Pada hari ini, Kamis, 21 Desember 2023 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:  
Nama : Icha Monica  
No.Pokok Mahasiswa : 2010111176  
Program : Manajemen S.1

**“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

### Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, M, MM	Anggota I	2.
3	Lina Aryani, S.E., M.M	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.



## **PRAKATA**

Puji Dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”. Sebagai salah satu kriteria penyelesaian program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Antar Venus MA Comm., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, M.M. selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen, Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian.

Terima kasih kepada orang tua penulis yang selalu mendukung, membantu dan mendoakan selama penulis menyelesaikan usulan penelitian ini dan teman seperbimbingan yang telah membantu penulis selama menyelesaikan laporan usulan penelitian. Penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman dalam bidang pemasaran, serta dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor- faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Jakarta, 26 September 2023



## 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>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN</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 .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	11
a) Definisi Keputusan Pembelian .....	11
c) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	16
d) Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.3. Citra Merek .....	19
2.1.4. Kualitas Produk.....	23
2.1.5. <i>Social Media Marketing</i> .....	25
2.2. Penelitian Terdahulu .....	29

2.3.	Kerangka Pemikiran.....	40
2.4.	Pengembangan Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>42</b>
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	42
3.1.1.	Definisi Operasional .....	42
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	43
	Sumber: Data Olahan Peneliti (2023) .....	44
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1.	Populasi.....	44
3.2.2.	Sampel .....	45
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.3.1.	Jenis Data.....	46
3.3.2.	Sumber Data .....	46
3.3.3.	Pengumpulan Data.....	47
3.4.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	48
3.4.1.	Teknik Analisis .....	48
3.4.2.	Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>58</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	58
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	59
4.3	Uji Hipotesis Dan Analisis .....	62
4.3.1	Analisis Data Deskriptif .....	62
4.3.2	Analisis Data Deskriptif .....	67
4.3.3	Uji Hipotesis .....	75
4.4	Pembahasan.....	77
4.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.4.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.	85
<b>BAB V.....</b>		<b>87</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>87</b>
5.1	Simpulan .....	87
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	88
5.3	Saran.....	88

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu Yang Berhubungan Dengan Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 2. Pengukuran Variabel .....	43
Tabel 3. Bobot Penilaian berdasarkan Skala Likert .....	47
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 5. Interpretasi Indeks Jawaban Responden.....	49
Tabel 6. Kriteria Tingkat Reliabilitas .....	55
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks .....	62
Tabel 8. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 9. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Citra Merek .....	64
Tabel 10. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Citra Merek .....	65
Tabel 11. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Social Media Marketing.....	66
Tabel 12. Outer Loading Factor Hasil Output SmartPLS .....	69
Tabel 13. Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	70
Tabel 14. Hasil Cross Loading Uji Validitas Diskriminan .....	71
Tabel 15. Nilai Composite Reliability.....	72
Tabel 16. Nilai Cronbach's Alpha.....	73
Tabel 17. Uji Koefisien Determinasi R-Square.....	74
Tabel 18. Uji Bootstrapping .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penguasa Brand Produk Kecantikan .....	2
Gambar 2. Brand skincare Terlaris di e-commerce.....	4
Gambar 3. Brand Ambassador Scarlett Whitening .....	6
Gambar 4. Model Penelitian .....	40
Gambar 5. Tujuh Tahap Proses PLS .....	50
Gambar 6. Inner Model.....	51
Gambar 7. Outer Model .....	52
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur .....	53
Gambar 9. Logo Scarlett Whitening .....	58
Gambar 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	59
Gambar 11. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	60
Gambar 12. Karakteristik Responden Menurut Domisili .....	61
Gambar 13. Hasil Pengujian Outer Model.....	68
Gambar 14. Hasil Pengujian Inner Model .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu .....	94
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 3. Data Jawaban Responden .....	104
Lampiran 4. Karakteristik Data Responden .....	116
Lampiran 5. Data Deskriptif Variabel.....	117
Lampiran 6. Analisis Outer Model.....	119
Lampiran 7. Uji Validitas.....	120
Lampiran 8. Uji Reliabilitas .....	123
Lampiran 9. Inner Model .....	124
Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi .....	125
Lampiran 11. Uji T-Statistik .....	126
Lampiran 12. Hasil Turnitin.....	127