



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SKINTIFIC**

**SKRIPSI**

**ARZETIA INDHITA 2010111171**

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



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SKINTIFIC**

**SKRIPSI**

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

**ARZETIA INDHITA 2010111171**

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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Arzetia Indhita

NIM. : 2010111171

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

Jakarta, 26 September 2023

Yang menyatakan,



(Arzetia Indhita)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Arzetia Indhita  
NIM : 2010111171  
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 *Social Media Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Skintific**

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 : 20 Desember 2023  
Yang menyatakan,



Arzetia Indhita

SKRIPSI

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SKINTIFIC


*Dipersiapkan dan disusun oleh:*


ARZETIA INDHITA 2010111171


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 20 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

  
Suharyati, SE, MM  
Ketua Penguji

  
Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si  
Penguji I

  
Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D  
Penguji II (Pembimbing)

  
Dr. Jubaedah, S.E., MM  
Dekan

  
Siti Hidayati, SE., MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 20 Desember 2023

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND  
IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING  
DECISIONS FOR SKINTIFIC PRODUCTS***

***By Arzetia Indhita***

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of social media marketing, brand image, and product quality on purchasing decisions for Skintific products. The population in this study were Skintific consumers in the DKI Jakarta area. The sample obtained was 100 respondents and the data was collected via google form in the form of a questionnaire. The technique used was purposive sampling with descriptive analysis and inferential analysis. The data is processed using SmartPLS 4.0. The results of this data processing show that variable (1) social media marketing has a significant effect on purchasing decisions by 0.387, variable (2) brand image has a significant effect on purchasing decisions by 0.417, and variable (3) product quality has a significant effect on purchasing decisions by 0.193.*

***Keywords:*** *Social Media Marketing, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision.*

# **PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

**Oleh Arzetia Indhita**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Skintific pada wilayah DKI Jakarta. Sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden dan data dikumpulkan melalui google form dalam bentuk kuesioner. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data diolah menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil pengolahan data ini menunjukkan bahwa variabel (1) *social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,387, variabel (2) citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,417, dan variabel (3) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,193.

**Kata kunci:** Pemasaran Media Sosial, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



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

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 20 Desember 2023:

Nama : Arzetia Indhita

No.Pokok Mahasiswa : 2010111171

Program Studi : Manajemen S.1

(Pengaruh *Social Media Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific)

dinyatakan **Lulus** / ~~Tidak Lulus~~ \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE., MM.	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
3. Ibu Diana Triwardhani SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing;
4. Seluruh Dosen dan para tenaga administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
5. Kedua Orang Tua dan Kedua Saudara Peneliti;
6. Teman-teman Peneliti.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis dengan pikiran terbuka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 26 September 2023

Arzetia Indhita

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR 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>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....</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>16</b>
1.1      Latar Belakang .....	16
1.2      Rumusan Masalah .....	22
1.3      Tujuan Penelitian .....	22
1.4      Manfaat Penelitian .....	22
<b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
2.1      Landasan Teori.....	24
2.1.1      Pemasaran .....	24
2.1.2      Perilaku Konsumen .....	25
2.1.3      Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i> .....	28
2.1.5      Citra Merek .....	30
2.1.6      Kualitas Produk.....	31
2.2      Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
2.3      Model Penelitian .....	42

2.3.1	<i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	43
2.3.3	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.4	Hipotesis.....	44
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	45
3.1.1	Definisi Operasional.....	45
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	46
3.2	Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1	Populasi .....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.3.1	Jenis Data .....	48
3.3.2	Sumber Data.....	48
3.3.3	Pengumpulan Data .....	48
3.4	Teknik Analisis Data.....	49
3.4.1	Analisis Deskriptif .....	50
3.4.2	Analisis Inferensial.....	51
3.4.3	Uji Validitas .....	54
3.4.4	Uji Reliabilitas .....	54
3.4.5	Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	59
4.2.1	Deskripsi Data Responden .....	59
4.3	Analisis Hasil Data dan Hipotesis.....	63
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	63
4.3.2	Analisis Statistik Inferensial .....	67
4.4	Pembahasan.....	76
4.4.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	79

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>82</b>
5.1	Simpulan .....	82
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	83
5.3	Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>85</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	46
Tabel 3. Skala <i>Likert</i> .....	49
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 5. Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	50
Tabel 6. Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..	64
Tabel 7. Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	65
Tabel 8. Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	66
Tabel 9. Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 10. <i>Loading Factor Outer Model</i> .....	69
Tabel 11. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	70
Tabel 12. <i>Cross Loading</i> .....	70
Tabel 13. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	72
Tabel 14. <i>Composite Reliability</i> .....	73
Tabel 15. <i>R-Square</i> .....	73
Tabel 16. <i>Q-Square</i> .....	74
Tabel 17. Uji <i>Bootstrapping</i> .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Top 5 Brand</i> Perawatan Wajah Terlaris di E-commerce.....	17
Gambar 2. <i>Top Rank</i> Pelembab Wajah Terlaris di E-Commerce .....	17
Gambar 3. <i>Top Rank Brand</i> Serum Wajah Terlaris di E-Commerce .....	18
Gambar 4. Platform Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak di Dunia.....	19
Gambar 5. Model Penelitian .....	44
Gambar 6. Tahapan Partial Least Square (PLS) .....	51
Gambar 7. <i>Inner Model</i> .....	52
Gambar 8. <i>Outer Model</i> .....	52
Gambar 9. Diagram Jalur .....	53
Gambar 10. Logo Skintific.....	58
Gambar 11. Produk-Produk Skintific.....	59
Gambar 12. Jenis Kelamin Responden .....	60
Gambar 13. Usia Responden.....	61
Gambar 14. Pekerjaan Responden .....	62
Gambar 15. Domisili Responden .....	63
Gambar 16. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	68
Gambar 17. Nilai Uji Hipotesis <i>Inner Model</i> .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Data Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden .....	106
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Penelitian .....	108
Lampiran 5 Hasil Outer Model PLS .....	110
Lampiran 6 Hasil Output Model PLS .....	111
Lampiran 7 Inner Model .....	114
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	115