



**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

SKRIPSI

TIARA RIZKY RAMADHANI 2110111027

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

2024



**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

SKRIPSI

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

TIARA RIZKY RAMADHANI 2110111027

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

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Tiara Rizky Ramadhani

NIM : 2110111027

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

Jakarta, 03 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Tiara Rizky Ramadhani)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Tiara Rizky Ramadhani
NIM : 2110111027
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 Pengetahuan Produk, 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 : 12 Desember 2024
Yang menyatakan,



(Tiara Rizky Ramadhani)

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TIARA RIZKY RAMADHANI 2110111027

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 12 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Yulinia, S.E., M.M
Ketua Penguji

Drs. Nobelson, M.M
Penguji I



Dr. Jubedah, S.E., M.M
Dekan

Dra. Pusporini, M.M
Penguji II (Pembimbing)

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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Desember 2024

THE INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR SKINTIFIC PRODUCT

By Tiara Rizky Ramadhani

Abstract

This research aims to find out and prove the influence of product knowledge, brand image, and product quality on the purchase decision of Skintific products. Skintific is one of the best-selling global skincare brands in Indonesia, as evidenced by its achievements in dominating the market in Indonesia. This study uses a quantitative method. The sample used in this study amounted to 100 respondents who were people who had bought or used Skintific who were domiciled in the South Jakarta area with a minimum age of 17 years. Data was obtained through the distribution of online questionnaires, namely Google Forms using the side non-probability method and sampling using purposive sampling techniques. The data was analyzed using descriptive and inferential analysis techniques such as validity tests, reliability tests, and hypothesis tests, through the SmartPLS 4 software analysis tool. The results obtained from this study are that product knowledge has no effect and is not significant on purchase decisions, brand image has a significant effect on purchase decisions, and product quality has a significant effect on purchase decisions.

Keywords : *product knowledge; brand image; product quality; purchase decisions; Skintific.*

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC

Oleh Tiara Rizky Ramadhani

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan membuktikan adanya pengaruh pengetahuan produk, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Skintific merupakan salah satu merek *skincare* global yang terlaris di Indonesia terbukti dengan pencapaiannya dalam menguasai pasar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan orang yang pernah membeli atau menggunakan Skintific yang berdomisili di wilayah Jakarta Selatan dengan minimal usia 17 tahun. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* yakni *Google Form* dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial seperti uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis, melalui alat analisis perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu pengetahuan produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, serta kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : pengetahuan produk; citra merek; kualitas produk; keputusan pembelian; Skintific.



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. 2024/2025

Hari ini Kamis , tanggal 12 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Tiara Rizky Ramadhani**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111027**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Desember 2024

Mengesahkan

A.n/ DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific” sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini di antaranya, sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
4. Ibu Dra. Pusporini, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini;
5. Orang tua, Abang, dan Adik peneliti yang mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada peneliti untuk menyusun skripsi;
6. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 20 September 2024

Tiara Rizky Ramadhani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
Abstrak	v
BERITA ACARA	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Pemasaran	12
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3. Keputusan Pembelian	14
2.1.4. Pengetahuan Produk	17
2.1.5. Citra Merek	18
2.1.6. Kualitas Produk.....	21
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	23
2.3. Model Penelitian.....	32
2.3.1. Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2. Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37

3.3.1. Jenis Data.....	37
3.3.2. Sumber Data	38
3.3.3. Pengumpulan Data.....	38
3.4. Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif	40
3.4.2. Analisis Statistik Inferensial	41
3.4.3. Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2. Deskripsi Data Penelitian	52
4.2.1. Deskripsi Data Responden.....	52
4.3. Analisis Hasil Data dan Hipotesis	55
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif	55
4.3.2. Analisis Statistik Inferensial	58
4.4. Pembahasan	69
4.4.1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.4.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	71
4.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Simpulan.....	77
5.2. Keterbatasan Penelitian	77
5.3. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
RIWAYAT HIDUP	86
LAMPIRAN.....	87
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	93
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	103
Lampiran 4. Hasil Data Penelitian.....	105
Lampiran 5. Nilai T-tabel	109
Lampiran 6. Hasil Turnitin	110
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 3. Bobot Penilaian Skala Likert.....	38
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	41
Tabel 6. Tingkat Realibilitas.....	46
Tabel 7. Tingkat Multikolinearitas.....	46
Tabel 8. Tingkat R Square.....	47
Tabel 9. Three Box Method Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 10. Three Box Method Pengetahuan Produk.....	56
Tabel 11. Three Box Method Citra Merek.....	57
Tabel 12. Three Box Method Kualitas Produk.....	58
Tabel 13. Outer Loading Sebelum Re-Estimasi.....	60
Tabel 14. Outer Loading Setelah Re-Estimasi.....	61
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE).....	62
Tabel 16. Cross Loading.....	62
Tabel 17. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	63
Tabel 18. Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 19. Variance Inflation Factor (VIF).....	65
Tabel 20. Uji R Square.....	66
Tabel 21. Q-Square.....	67
Tabel 22. Uji Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pendapatan dari Beauty & Personal Care di Indonesia	1
Gambar 2. 10 Nilai Penjualan Merek Kecantikan di E-commerce Indonesia	2
Gambar 3. Logo Skintific.....	3
Gambar 4. Tren Penjualan Bulanan Paket Kecantikan Periode Q1 2024	4
Gambar 5. Ulasan Negatif Pelanggan Skintific di Shopee	7
Gambar 6. Ulasan Negatif Produk Skintific di Female Daily.....	9
Gambar 7. Model Penelitian	33
Gambar 8. Langkah-Langkah PLS.....	42
Gambar 9. Inner Model	43
Gambar 10. Outer Model	43
Gambar 11. Diagram Jalur	44
Gambar 12. Logo Skintific.....	50
Gambar 13. Produk-Produk Skintific.....	51
Gambar 14. Domisili Responden	52
Gambar 15. Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 16. Usia Responden.....	54
Gambar 17. Pekerjaan Responden	54
Gambar 18. Outer Loading Sebelum Re-Estimasi.....	59
Gambar 19. Outer Loading Setelah Re-Estimasi	61
Gambar 20. Inner Model.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Data Jawaban Responden	93
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	103
Lampiran 4. Hasil Data Penelitian	105
Lampiran 5. Nilai T-tabel	109
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	110
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	133