



**PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(SKINCARE SOMETHINC)**

SKRIPSI

NOVITA HANNA LUBIS 1910111044

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

2024



**PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(SKINCARE SOMETHINC)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

NOVITA HANNA LUBIS 1910111044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
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 : Novita Hanna Lubis

NIM : 1910111044

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

Yany Menyatakan



(Novita Hanna Lubis)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novita Hanna Lubis
NIM : 1910111044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : 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 Inovasi Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing (Skincare Somethinc)**

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 mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Desember 2024

Yang menyatakan,



Novita Hanna Lubis

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (SKINCARE SOMETHINC)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NOVITA HANNA LUBIS 1910111044

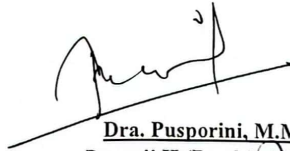
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Arvani, S.E., M.M
Ketua Penguji



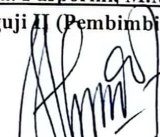
Yuliniar, S.E., M.M
Penguji I



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



Dr. Subandah, S.E., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 16 Desember 2024



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 Senin, tanggal 16 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Novita Hanna Lubis**

No.Pokok Mahasiswa : **1910111044**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing (Skincare Somethinc)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---------------------|-----------------|--------------|
| 1 | Lina Aryani, SE, MM | Ketua | 1. |
| 2 | Yuliniar, SE, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Dra. Pusporini, MM | Anggota II (**) | 3. |

Keterangan :

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

Jakarta, 16 Desember 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

***Product Innovation, Price, and Brand Image on Competitive Advantage
(Somethinc Skincare)***

By Novita Hanna Lubis

ABSTRACT

The growth of the skincare cosmetics market has been increasing in Indonesia. However, the revenue from Somethinc skincare sales has shown fluctuating conditions. Therefore, it can be said that Somethinc skincare is still less competitive compared to other competitors. This study aims to examine and analyze the influence of product innovation, price, and brand image on competitive advantage. This research employs a quantitative approach with a population consisting of Somethinc skincare users residing in South Jakarta. The sample size in this study is 137 respondents, selected using a non-probability sampling method. The data analysis technique utilized is the Partial Least Square (PLS) method with SmartPLS 4.0 software. Data collection for this study was conducted by distributing questionnaires through Google Forms. The results of the study show that product innovation has a positive and significant effect on competitive advantage, with an original sample value of 0.692. Price also has a positive and significant effect on competitive advantage, with an original sample value of 0.153. Additionally, brand image positively and significantly affects competitive advantage, with an original sample value of 0.150.

Keywords : *Product Innovation, Price, Brand Image and Competitive Advantage*

Inovasi Produk , Harga, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing (Skincare Somethinc)

Oleh Novita Hanna Lubis

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar kosmetik skincare mengalami peningkatan di Indonesia. Namun, pendapatan penjualan *skincare* Somethinc menunjukkan kondisi fluktuasi. Maka, dapat dikatakan *skincare* Somethinc masih kalah bersaing dengan kompetitor lain. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh inovasi produk, harga, dan citra merek terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi pengguna *skincare* Somethinc yang berdomisili di Jakarta Selatan. Besar sampel pada penelitian ini sebanyak 137 responden dengan menggunakan metode non-probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan SmartPLS 4.0. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai original sample sebesar 0.692, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai original sample sebesar 0.153, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai original sample sebesar 0.150.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Keunggulan Bersaing

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing (Skincare Somethinc)”**.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini

1. Ibu Dr Jubaedah, SE., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasioanal “Veteran” Jakarta
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., selaku Kajor Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
3. Ibu Siti Hidayati, SE, M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
4. Ibu Dra. Pusporini, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat kepada peneliti dalam penyusunan proposal skripsi.
5. Orang tua peneliti yaitu Ibu Nurhasanah Parinduri dan Bapak Parlindungan Lubis yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil yang membantu peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini.
6. Adik tercinta Akila Putri Salsabila Lubis, Nesya El Mahira Lubis dan Safeaa Al Hafiza Lubis yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
7. Jaehyun NCT yang telah menjadi mood booster penulis setiap hari
“Apapun yang terjadi, pulanglah sebagai sarjana”

Jakarta, 16 Desember 2024

Novita Hanna Lubis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| ABSTRACT | vii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Pemasaran | 8 |
| 2.1.2 Strategi Pemasaran | 9 |
| 2.1.3 Keunggulan Bersaing | 9 |
| 2.1.4 Inovasi Produk | 11 |
| 2.1.5. Harga | 13 |
| 2.1.6. Citra Merek | 14 |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya | 16 |
| 2.3 Model Penelitian Empiris | 22 |
| 2.4 Hipotesis | 23 |
| | |
| BAB III | 24 |
| METODE PENELITIAN | 24 |

| | |
|--|---------------|
| 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel..... | 24 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 24 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel..... | 25 |
| 3.2 Populasi Dan Sampel | 25 |
| 3.2.1 Populasi | 25 |
| 3.2.2 Sampel..... | 26 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.3.1 Jenis Data | 27 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 28 |
| 3.3.3 Pengumpulan Data | 28 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 29 |
| 3.4.1 Analisis Deskriptif | 29 |
| 3.4.2 Analisis Inferensial..... | 29 |
| BAB IV | 37 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 37 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian | 38 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden..... | 38 |
| 4.3 Analisis Hasil dan Uji Hipotesis..... | 41 |
| 4.3.1. Analisis Data Deksriptif..... | 41 |
| 4.3.2 Analisis Inferensial..... | 44 |
| 4.4 Pembahasan | 52 |
| 4.4.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing | 52 |
| 4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keunggulan Bersaing | 53 |
| 4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing | 54 |
| BAB V..... | 56 |
| 5.1 Simpulan | 56 |
| 5.2 Keterbatasan..... | 56 |
| 5.3 Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 58 |
| LAMPIRAN..... | 61 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Table 1. Harga Produk Skincare | 5 |
| Table 2. Skincare Terlaris | 5 |
| Table 3. Matrik Penelitian Sebelumnya | 20 |
| Table 4. Pengukuran Variabel..... | 25 |
| Table 5. Skala Likert | 28 |
| Table 6. Kisi - Kisi Intrument | 29 |
| Table 7. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha | 34 |
| Table 8. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Bersaing..... | 41 |
| Table 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk | 42 |
| Table 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga..... | 43 |
| Table 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Citra Merek | 44 |
| Table 12. Loading Factor | 46 |
| Table 13. Nilai Average Variance Extracted (AVE) | 47 |
| Table 14. Kriteria Fornell-Lacker | 48 |
| Table 15. Cross Loading | 48 |
| Table 16. Composite Reliability dan Cronbach's alpha | 49 |
| Table 17. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)..... | 50 |
| Table 18. Uji Q Square..... | 50 |
| Table 19. Hasil Uji Hipotesis | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Perkiraan pendapatan pasar kecantikan dan perawatan diri..... | 2 |
| Gambar 2. Penjualan produk kecantikan | 3 |
| Gambar 3. Skincare Lokal Yang Paling Dikenal | 4 |
| Gambar 4. Model Penelitian Empiris..... | 22 |
| Gambar 5. Hasil Perhitungan Jumlah Minimal Sampel..... | 27 |
| Gambar 6. Langkah Langkah PLS | 30 |
| Gambar 7. Rancangan Model Struktural (Inner Model) | 31 |
| Gambar 8. Rancangan Model Pengukuran (Outer Model) | 31 |
| Gambar 9. Diagram Jalur | 32 |
| Gambar 10. Jenis Kelamin Responden | 38 |
| Gambar 11. Usia Responden..... | 39 |
| Gambar 12. Domisili Responden | 39 |
| Gambar 13. Pekerjaan Responden | 40 |
| Gambar 14. Outer Model | 45 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----------|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian | 61 |
| Lampiran 2 Data Kuesioner 137 Responden | 68 |