



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI BEDAK PADAT WAJAH PRODUK SARIAYU
PT MARTHA TILAR DEPOK**

SKRIPSI

RISA NOVYANA

1310111050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI BEDAT PADAT WAJAH PRODUK SARIAYU
PT MARTHA TILAAK DEPOK**

SKRIPSI

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

RISA NOVYANA

1310111050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Risa Novyana

NIM. : 1310111050

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

Jakarta, 05 Juli 2017

Yang Menyatakan



Risa Novyana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Risa Novyana
NIM. : 1310111050
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 Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Bedak Padat Wajah Produk Sariayu PT Martha Tilaar Depok

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 : 05 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Risa Novyana

PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI BEDAK PADAT WAJAH PRODUK SARIAYU
PT MARTHA TILAAK DEPOK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RISA NOVYANA
1310111050

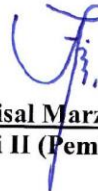
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 05 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



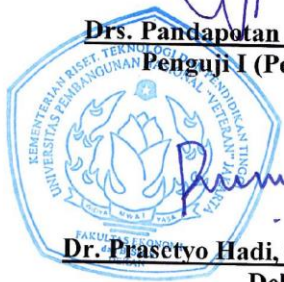
Yulinia, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Drs. Pandapotan Simarmata, M.M.
Penguji I (Pembimbing I)



Dr. Faisal Marzuki, M.pd.
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 05 Juli 2017



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 GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Rabu , tanggal 05 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RISA NOVYANA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111050

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI BEDAK PADAT WAJAH
PRODUK SARIAYU PT MARTHA TILAAK DEPOK**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Pengui

No	Dusen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Bedak Padat Wajah Produk Sariayu PT Martha Tilaar Depok

Oleh

Risa Novyana

Abstrak

Sariayu adalah salah satu produk kecantikan yang dikeluarkan oleh PT Martha Tilaar. Sariayu mempunyai beberapa jenis kosmetik salah satunya ialah bedak padat wajah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah responden wilayah Depok khususnya yang belum pernah menggunakan bedak padat wajah. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 62 orang responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS 3.0 dan tingkat signifikansi 95% ($\alpha= 5\%$). Hasil dari pengujian diperoleh (1) hubungan citra merek terhadap minat beli signifikan (2) hubungan harga terhadap minat beli signifikan.

Kata kunci : citra merek, harga, dan minat beli.

***The Influence Of Brand Image And Price To Purchase Intention
Solid Powder Product Sariayu PT Martha Tilaar Depok***

By

Risa Novyana

Abstract

Sariayu is one of the beauty products issued by PT Martha Tilaar. Sariayu has several types of cosmetics one of them is a solid face powder. This research is a quantitative research that aims to find out the branding of brand image and price of purchase intention. The population in this study is depok area respondents especially who never used face solid powder. Sample size taken as many as 62 respondents. Sampling using non probability sampling technique with purposive sampling method. Hypothesis testing in this study using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 program and 95% significance level ($\alpha = 5\%$). The results of the test obtained (1) the relationship of brand image to significant buying interest (2) the relationship of prices to significant buying interest.

Keywords : brand image, price, and purchase intention

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga usulan penelitian ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam usulan penelitian ini adalah “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Bedak Padat Wajah Produk Sariayu PT Martha Tilaar Depok”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. Selaku Kepala Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Drs. Nurmatias, M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Pandapotan Simarmata, M.M. sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M.pd. selaku dosen pembimbing II serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dan tak lupa juga saya berterimakasih kepada Stuff bagian Kesbangpolinmas Walikota Depok yang memberikan izin untuk melakukan penelitian di wilayah Depok.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua tercinta dan adik saya yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan usulan penelitian ini.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu, Galih Prakoso, Bhay Fams(mily), Ayu Mawarni, Melisa Ratnadeli, Putri Wahyu dan Keluarga besar Local B. serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2013 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 05 Juli 2017
Risa Novyana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya	7
II.2 Landasan Teori	10
II.2.1 Pemasaran.....	10
II.2.2 Citra Merek	11
II.2.2.1 Pengertian Merek	11
II.2.2.2 Elemen Merek	12
II.2.2.3 Manfaat Merek	12
II.2.2.4 Cara Membangun Merek Yang Kuat	12
II.2.2.5 Pengertian Citra Merek	12
II.2.2.6 Manfaat Citra Merek	13
II.2.3 Harga	14
II.2.3.1 Pengertian Harga	14
II.2.3.2 Penetapan Harga.....	16
II.2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	16
II.2.3.4 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Harga	16
II.2.3.5 Strategi Tingkat Harga	17
II.2.4 Minat Beli	17
II.2.4.1 Faktor – faktor Minat Beli	18
II.2.5 Perilaku Konsumen	18
II.2.5.1 Faktor – faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	19
II.3 Kerangka Pemikiran	20
II.4 Pengembangan Hipotesis	20
II.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	20

II.4.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	21
BAB III	METODE PENELITIAN	22
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
III.1.1	Definisi Operasional.....	22
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	23
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	23
III.2.1	Populasi.....	23
III.2.2	Sampel.....	23
III.3	Teknik Pengumpulan Sampel.....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	25
III.3.1	Jenis Data	25
III.3.2	Sumber Data.....	25
III.3.3	Pengumpulan Data	26
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	27
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	27
III.4.1	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	27
III.4.1.2	Kegunaan Metode PLS.....	27
III.4.1.3	Cara Kerja PLS.....	27
III.4.3	Uji Hipotesis	28
III.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	28
III.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	29
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	31
IV.1.1	Sejarah PT Martha Tilaar	31
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	34
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
IV.3.1	Uji Faliditas dan Uji Reliabilitas PLS	35
IV.3.1.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	35
IV.3.1.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	38
IV.3.1.1.2	Uji Validitas Diskriminan	38
IV.3.1.1.3	Uji Reliabilitas PLS 39.....	39
IV.3.1.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	40
IV.3.1.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	40
IV.3.1.2.2	<i>R-Square</i>	41
IV.3.1.2.3	<i>Q-Square</i>	42
IV.4	Pembahasan.....	42
IV.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	43
IV.4.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	43
IV.5	Keterbatasan Penelitian	44
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	45
V.1	Simpulan.....	45
V.2	Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA	46
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Index Top Brand Award 2014 – 2016	3
Tabel 2	Daftar Harga Bedak Padat Wajah Sariayu	4
Tabel 3	Jumlah Pembeli Bedak Padat Sariayu 2014 – 2016	5
Tabel 4	Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Minat Beli.....	10
Tabel 5	Pengukuran Variabel	23
Tabel 6	Skala Likert.....	26
Tabel 7	Kisi – kisi Instrumen	26
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 9	Statistik Usia	34
Tabel 10	Outer Loading Factor	38
Tabel 11	Average Variance Extracted (AVE)	38
Tabel 12	Composite Reliability	39
Tabel 13	Cronbach’s Alpha	40
Tabel 14	Hasil Uji t – Statistik	41
Tabel 15	Nilai R Square	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pemikiran	20
Gambar 2	Langkah – langkah Analisis PLS	28
Gambar 3	Kerangka Model Penelitian	30
Gambar 4	Outer Model 1	36
Gambar 5	Outer Model 2	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Kuisisioner 62 Responden
- Lampiran 3 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4 Hasil *OutputPLS*
- Lampiran 5 t - Tabel
- Lampiran 6 Surat Riset