



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SUNSCREEN* NIVEA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

SHABRINA KHOIRUNNISA

1810111283

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

2022



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SUNSCREEN NIVEA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

SHABRINA KHOIRUNNISA

1810111283

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shabrina Khoirunnisa

NIM : 1810111283

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

Jakarta, 4 Juli 2022

Yang menyatakan,



Shabrina Khoirunnisa

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shabrina Khoirunnisa
NIM : 1810111283
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 :

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Nivea di Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 4 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Shabrina Khoirunnisa)

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* DI JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

SHABRINA KHOIRUNNISA 1810111283

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 4 Juli 2022
dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



Dra. Bernadin DM, MM., CPM

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM

Penguji I



Drs. Nobelson, MM., CPM

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS

Dekan



Siti Hidayati, SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Juli 2022

***The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase
Decisionson Nivea's Sunscreen in South Jakarta***

By Shabrina Khoirunnisa

Abstract

This study aims to determine, prove, and analyze the effect of product quality, brand image, and price on purchasing decisions of Nivea sunscreen products in South Jakarta. The technique used in determining the number of samples is non-probability sampling with purposive sampling. With the Roscoe formula, a total sample of 75 respondents using sunscreen in South Jakarta was obtained. Data collection using a questionnaire through Google forms. The data analysis technique used descriptive analysis which was processed with SmartPLS 3.3.9 software. The data analysis technique in this research is descriptive and inferential data analysis. The distributed questionnaires were declared valid and reliable using the analysis of the outer model, inner model. Hypothesis testing in this study uses a statistical or probability t-test with a significant level. The results of this study state that: (1) there is a significant effect on product quality of 0.267 on the purchase decision of Nivea sunscreen; (2) a significant effect on brand image of 0.471 on the purchase decision of Nivea sunscreen; (3) there is no significant effect on the price of 0.249 on the decision to purchase Nivea sunscreen. The contribution of product quality, brand image, and price variables together is shown by the adjusted Rsquare value of 92.6% while the remaining 7.4% is caused by other factors outside this research model.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision, Sunscreen

Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Nivea di Jakarta Selatan

Oleh Shabrina Khoirunnisa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk tabir surya Nivea di Jakarta Selatan. Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dengan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Dengan rumus Roscoe diperoleh jumlah sampel sebanyak 75 responden pengguna *sunscreen* di Jakarta Selatan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Google form. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang diolah dengan software SmartPLS 3.3.9. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif dan inferensial. Kuisisioner yang disebarkan dinyatakan sudah valid dan reliabel menggunakan analisis outer model, inner model. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t-statistik atau probabilitasik dengan taraf nyata. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: (1) terdapat pengaruh signifikan pada kualitas produk sebesar sebesar 0.267 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea; (2) pengaruh signifikan pada citra merek sebesar 0.471 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea; (3) terdapat pengaruh tidak signifikan pada harga sebesar 0.249 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea. Kontribusi variabel kualitas produk, citra merek, dan harga secara bersama-sama ditunjukkan oleh nilai *adjusted Rsquare* sebesar 92,6% sedangkan sisanya 7,4% disebabkan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, *Sunscreen*.

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, melalui karunia dan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Nivea*”** tanpa adanya kendala berarti. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi program S1 yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta menjadi standar kelulusan.

Penulis sampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E.,M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Ibu Siti Hidayati, SE., MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta, dan Bapak Drs. Nobelson, MM selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan karya tulis ini, serta para dosen S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan bagi penulis.

Terima kasih sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada orang tua terkasih, Bapak Widodo Tri Chomarufadjar dan Ibu Erwina Hany Kustyarini yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat pada penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih pada diri sendiri karena sudah bertahan sejauh ini untuk menyelesaikan tanggung jawab penulis dan berhasil melewati seluruh rintangan yang ada. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka penulis memohon maaf bila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap dapat mendapatkan kritik dan saran yang bermanfaat serta membangun.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dan juga peneliti selanjutnya.

Jakarta, 4 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'SK' followed by a more complex, flowing script.

Shabrina Khoirunnisa

1810111283

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
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 Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1. Landasan Teori	7
II.1.1 Pemasaran	7
II.1.2 Keputusan Pembelian	8
II.1.3 Lima Tahapan Keputusan Pembelian	8
II.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	9
II.1.5 Kualitas Produk	10
II.1.6 Dimensi Kualitas Produk	11
II.1.7 Indikator Kualitas Produk	11
II.1.8 Citra Merek	12
II.1.9 Dimensi Citra Merek	12

II.1.10	Indikator Citra Merek	13
II.1.11	Harga.....	13
II.1.12	Tujuan Penetapan Harga.....	14
II.1.12	Indikator Harga.....	14
II.2.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
II.3.	Model Penelitian Empiris.....	20
II.3.1	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
II.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21
II.3.3	Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
II.4.	Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
III.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
III.1.1	Definisi-Operasional	23
III.1.2	Pengukuran Variabel	23
III.2.	Populasi dan Sampel.....	25
III.2.1	Populasi	25
III.2.2	Sampel	26
III.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.3.1	Jenis Data.....	27
III.3.2	Sumber Data.....	27
III.3.3	Pengumpulan Data	27
III.4.	Teknik Analisis Data	29
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	30
III.4.2	Analisis Inferensial.....	30
III.4.3	Partial Least Square.....	31
III.4.4	Langkah-Langkah PLS	31
III.4.5	Uji Validitas & Reliabilitas.....	34
III.4.6	Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
IV.1.	Deskripsi Objek Penelitian	38

	IV.1.1 Profil Nivea.....	38
IV.2.	Deskripsi Data Penelitian	40
	IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	40
	IV.2.2 Analisis Data Deskripsi	42
IV.3.	Uji Hipotesis dan Analisis	42
	IV.3.1 Uji Validitas.....	43
	IV.3.2 Uji Reliabilitas	45
	IV.3.3 Model Struktural (Inner Model).....	46
IV.4.	Pembahasan	48
	IV.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	48
	IV.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	49
	IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
IV.5.	Keterbatasan Penelitian	52
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		53
V.1.	Simpulan	53
V.2.	Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA.....		56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Manfaat yang Dicari Wanita Indonesia pada Produk Kecantikan	2
Tabel 2. <i>Sun Care</i> 2019-2021.....	3
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
Tabel 5. Likert Scale	28
Tabel 6. Butir Pernyataan Dalam Kuisisioner	28
Tabel 7. Interpretasi Nilai Loading Factor	30
Tabel 8. Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i>	42
Tabel 9. Nilai Loading Factor	44
Tabel 10. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	44
Tabel 11. Nilai <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 12. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	45
Tabel 13. Nilai <i>R Square</i>	46
Tabel 14. Nilai <i>Q Square</i>	46
Tabel 15. Hasil Uji <i>t-Statistik</i>	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian Empiris.....	20
Gambar 2. Langkah-Langkah PLS	31
Gambar 3. Konstruk Diagram Jalur	33
Gambar 4. Logo Nivea.....	38
Gambar 5. Nivea <i>Sunscreen Instant Aura</i>	39
Gambar 6. Nivea <i>Sunscreen Oil Control</i>	39
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 9. Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i>	43
Gambar 10. Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	62
Lampiran 2. Hasil Olah Data PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	68
Lampiran 3. Hasil Data Karakteristik Responden	82
Lampiran 4. Hasil Olah Data PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	83
Lampiran 5. Hasil Olah Data PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	84
Lampiran 6. T Tabel dan R Tabel.....	88