

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE A VOSKIN DI MADIUN**



Oleh :

ESTETIKA BUDI HAMI SIWI
NBI : 1211900266

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN DI MADIUN**



Oleh:

Estetika Budi Hami Siwi

NBI : 1211900266

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE AVOSKIN DI MADIUN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

Estetika Budi Hami Siwi

NBI : 1211900266

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Estetika Budi Hami Siwi
NBI : 1211900266
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare
Avoskin Di Madiun.

Surabaya, 22 Juni 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 3 Juli 2023.

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Nanis Susanti, MM

Ketua



2. Drs. Ec. Mataji, MM

Anggota



3. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM

Anggota



Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220930319

LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Estetika Budi Hami Siwi
2. NBI : 1211900266
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3577036606000001
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Salak Barat VI / D5, Kec. Taman, Kota Madiun

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin di Madiun” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 17 Juni 2023



(Estetika Budi Hami Siwi)



UNIVERSITA
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Estetika Budi Hami Siwi
NIM : 1211900266
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE AVOSKIN DI MADIUN”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 29 September 2023

Yang Menyatakan



(Estetika Budi Hami Siwi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Manajemen menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM. selaku pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan program Sarjana Manajemen.
4. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian.
5. Bapak dan Ibu Penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan penambahan wawasan keilmuan serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Suyanto Budi Handoko dan Ibu Sri Utami yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar dipermudahkan dan diperlancar dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Kepada kakak saya Insan Luhur Budi yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan saran kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada saudara-saudara saya yang selalu mendukung, mendoakan, membantu saya dalam penelitian ini.
11. Kepada teman saya Liya dan Nisma yang selalu memberikan semangat dan menghibur saya.
12. Kepada teman-teman yang telah banyak membantu, memberi semangat dan bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat celah dalam skripsi saya ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi saya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 17 Juni 2023

(Estetika Budi Hami Siwi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin Di Madiun. Data yang digunakan adalah data primer dari persebaran kuesioner yang disebar pada Google Form dengan jumlah 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik regresi linear berganda menggunakan *software statistical software product and servise* (SPSS).

Dari hasil penelitian menunjukkan Uji T bahwa variabel Kualitas Produk memiliki taraf signifikan yang lebih kecil ($0,000 < 0,05$). Variabel Persepsi Harga memiliki taraf signifikan yang lebih kecil ($0,002 < 0,05$). Variabel Citra Merek memiliki taraf signifikan yang lebih kecil ($0,035 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Avoskin.

Berdasarkan penelitian Uji F nilai signifikansi lebih kecil yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Avoskin. Berdasarkan Uji Determinasi (R^2) sebesar 0,601 atau 60,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence between product quality, price perception, and brand image on purchasing decisions for Avoskin skincare products in Madiun. The data used is primary data from the distribution of questionnaires distributed on the Google Form with a total of 100 respondents. Data analysis used in this study was a multiple linear regression technique using statistical software product and service (SPSS).

From the results of the study showed the T test that the product quality variable has a smaller significant level ($0.000 < 0.05$). The price perception variable has a smaller significant level ($0.002 < 0.05$). The brand image variable has a smaller significant level ($0.035 < 0.05$). This shows that product quality, price perception and brand image have a significant effect on purchasing decisions for Avoskin skincare products.

Based on the F test research, the significance value is smaller, namely $0.000 < 0.05$. This shows that simultaneously (together) there is a significant influence between the variables of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on the Purchase Decision of Avoskin Skincare products. Based on the Determination Test (R^2) of 0.601 or 60.1% and the rest is influenced by other factors or variables that are not present in this study.

Keywords: *Product Quality, Perceived Price, Brand Image, Purchase Decision*

RINGKASAN

Pada era modernisasi saat ini, kecantikan merupakan bagian terpenting dari gaya hidup wanita. Skincare atau perawatan kulit merupakan rangkaian aktivitas yang dapat membantu memperbaiki permasalahan kulit serta meningkatkan penampilan. Perkembangan bisnis perawatan kulit skincare merupakan salah satu bidang persaingan pasar yang ketat. Avoskin merupakan salah satu brand skincare lokal yang sukses menembus pasar industri skincare. Fenomena pada penelitian ini adalah semakin maraknya persaingan bisnis dalam dunia skincare khususnya brand skincare lokal. Avoskin salah satu brand skincare lokal yang banyak diminati oleh masyarakat. Saat ini banyak bermunculan brand skincare lokal baru yang siap bersaing di pasaran. Perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, citra merek dari suatu produk tersebut Konsep pemasaran diperlukan untuk mengetahui perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh antara Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin Di Madiun. Dengan tingginya minat konsumen terhadap produk skincare, peneliti ingin mengetahui keputusan pembelian yang dimiliki oleh konsumen skincare avoskin yang menduduki peringkat ke empat produk skincare lokal terlaris di pasaran. Terdapat populasi yang dibutuhkan di penelitian ini yaitu 100 responden.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel janshow yang dimana jumlahnya tidak dapat diketahui. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sehingga penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang dijadikan data penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan 3 variabel independen dengan 1 variabel dependen.

SUMMARY

In the current era of modernization, beauty is an important part of a woman's lifestyle. Skincare or skin care is a series of activities that can help improve skin problems and improve appearance. The development of the skincare skin care business is one of the areas of intense market competition. Avoskin is a local skincare brand that has successfully penetrated the skincare industry market. The phenomenon in this study is the increasingly widespread business competition in the world of skincare, especially local skincare brands. Avoskin is a local skincare brand that is in great demand by the public. Currently, many new local skincare brands have emerged that are ready to compete in the market. Companies must try to improve product quality, price perception, brand image of a product. The marketing concept is needed to determine consumer behavior and the factors that influence purchasing decisions.

In this study, researchers wanted to know and analyze the effect of product quality, price perception, and brand image on purchasing decisions for Avoskin skincare products in Madiun. With the high consumer interest in skincare products, researchers want to know the purchasing decisions made by Avoskin skincare consumers who are ranked as the fourth best-selling local skincare product on the market. There is a population needed in this study, namely 100 respondents.

Sampling in this study the authors used a lameshow sample in which the number could not be known. This research is a quantitative research to determine the relationship between the independent variables and the dependent variable. So this study used a questionnaire filled out by respondents who used this research data. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with 3 independent variables and 1 dependent variable.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
RINGKASAN	x
<i>SUMMARY</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	7
2.1.4 Kualitas Produk	9
2.1.5 Persepsi Harga	11
2.1.6 Citra Merek.....	12
2.1.7 Keputusan Pembelian	14

2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4 Kerangka Konseptual	22
2.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1 Tempat Penelitian	24
3.2.2 Waktu Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	24
3.3.2 Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Skala Pengukuran Variabel	27
3.7 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.7.1 Definisi Variabel	26
3.7.2 Definisi Operasional	28
3.8 Proses Pengolahan Data	30
3.9 Metode Analisis Data	30
3.9.1 Uji Instrumental	29
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis.....	31
3.10.1 Koefisien Determinasi R^2	31
3.10.2 Uji Parsial (Uji t).....	32
3.10.3 Uji Simultan (Uji F).....	32
BAB IV.....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	36

4.2.1 Karakteristik Responden.....	34
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	34
4.3 Uji Instrumental	41
4.3.1 Uji Validitas.....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	40
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas	41
4.4.2 Uji Multikolinieritas	42
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	42
4.5 Teknik Analisa Data.....	43
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.5.2 Koefisien Determinasi R^2	44
4.6 Teknik Pengujian Hipotesis	45
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	45
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	46
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	47
4.8 Implikasi Penelitian.....	49
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	51
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Penilaian Analisis Deskriptif	35
Tabel 4.3 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X1	37
Tabel 4.4 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X2	38
Tabel 4.5 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X3	39
Tabel 4.6 Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Y	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	47
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji F	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	59
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Kuisisioner	64
Lampiran 3 Uji Validitas	80
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	85
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda	87
Lampiran 7 Koefisien Determinasi	87
Lampiran 8 Uji t	88
Lampiran 9 Uji F	88
Lampiran 10 Distribusi r Tabel	88
Lampiran 11 Distribusi t Tabel	91
Lampiran 12 Distribusi F Tabel	93
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian	95
Lampiran 14 Surat Izin Balasan	97
Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi	100
Lampiran 16 Hasil Turnitin	101