

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :

WILFRIDA MARIA IMELDA

NBI : 1212000172

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

2024

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
AZARINE PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

Wilfrida Maria Imelda
NBI : 1212000172

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
AZARINE PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

Wilfrida Maria Imelda

NBI : 1212000140

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

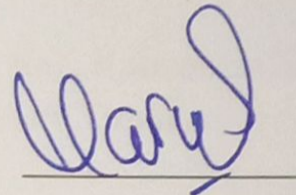
2024

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

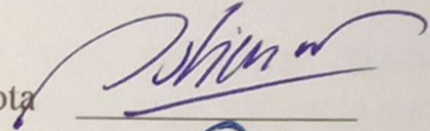
Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diuntuk memenuhi syarat guna memperoleh gelas Sarjana Ekonomi pada tanggal 05 Januari 2024

TIM PENGUJI :

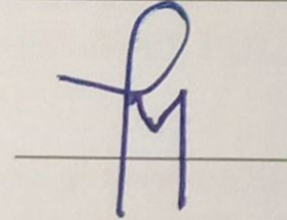
1. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM - Ketua



2. Drs. Ec. Istiono, MBA - Anggota



3. Dr. Ida Bagus Cempena, MM - Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



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

NPP. 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Wilfrida Maria Imelda (P)
2. NBI : 1212000172
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 5307044108020001
6. Alamat Rumah : Desa Lusitada, Kecamatan Nita, Kabupaten Sikka,
Kota Maumere, Nusa Tenggara Timur

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE AZARINE PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSUTUS 1945 SURABAYA”

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 kemudian 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, 20 Desember 2023

Yang membuat,



Wilfrida Maria Imelda



UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilfrida Maria Imelda
NBI/ NPM : 1212000172
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 : 24 Januari 2024

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi dengan penuh kebanggaan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”** Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya kuat. Tugas akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan yang diberikan oleh banyak pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak bersangkutan sebagai berikut.


1. Ibu Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dukungan, ilmu, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Terimakasih Ibu, semoga jerih payahmu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
2. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S. selaku ketua Program Studi Sarjana Manajemen. Terimakasih yang telah memberikan kesempatan saya untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, saya ucapkan terimakasih karena atas kesempatan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Orang tua tercinta mama (Agustina Ewaldina) dan Bapak (Albertus Edisius) dan kakak (Magdalena Yunista), terima kasih untuk limpahan cinta yang diberikan setiap detiknya, terimakasih untuk motivasi dan dukungan baik moral dan materil, terima kasih untuk air mata di setiap untaian doa yang tak pernah terputus untuk saya, terimakasih sudah menjadi patokan dan penopang untuk saya agar bisa membuktikan kepada dunia bahwa saya bisa maju dan

berdiri tegap walaupun dihantam bertubi-tubi oleh pahitnya masalah hidup dan terimakasih atas segala-galanya yang tidak dapat terbalaskan. Semoga diberikan umur yang panjang serta kesehatan jiwa dan raga yang tiada hentinya.

5. Teruntuk sahabat saya Cici dan teman-teman kontrakan Kaka Santi, Kaka Vani, Kaka Tasya, Kaka Angel, dan Alisia, terimakasih sudah selalu menemani saya selama ini, untuk suka duka yang sudah dilewati bersama-sama, teman main yang selalu memberikan motivasi walaupun motivasinya kadang tidak masuk akal tetapi semangat dan dukungan kalian bisa membuat saya berada di titik sekarang ini.

Dengan segala kekurangan dan kelebihan, saya sangat menyadari bahwa masih ada banyak kesalahan yang ada didalam skripsi ini. Saya sangat berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik kepada penulis sendiri, maupun kepada para pembaca. Terimakasih.

Surabaya, 20 Desember 2023



Wilfrida Maria Imelda

MOTTO

Tuhan menguji orang benar dan orang fasik, dan Ia membenci orang yang mencintai kekerasan:

Kasih itu sabar; kasih itu murah hati; ia tidak cemburu. Ia tidak memegahkan diri dan tidak sombong

Tetapi yang terutama: Kasihilah sungguh-sungguh seorang akan yang lain, sebab kasih menutupi banyak sekali dosa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis Pengaruh dari Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga baik secara simultan maupun parsial terhadap Keputusan Pembelian skincare Azarine pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan jumlah sampel 100 responden yang dikumpulkan dengan menggunakan Kuisisioner dan teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan regresi linear berganda dengan SPSS 23.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian skincare Azarine, hasil tersebut dapat dilihat di uji F. Sedangkan secara parsial pada variabel citra merek terdapat pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Azarine pada. Tetapi untuk variabel kualitas produk dan persepsi harga, terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian skincare azarine pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

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

ABSTRACT

This research aims to prove and analyze the influence of brand image, product quality, and price perception both simultaneously and partially on purchasing decisions for Azarine skincare among female students at the Faculty of Social and Political Sciences, University of 17 August 1945 Surabaya with a sample size of 100 respondents collected using a questionnaire. and the analysis techniques used are Validity Test, Reliability Test and multiple linear regression with SPSS 23.

The research results prove that there is a simultaneous influence of brand image, product quality, and price perception on the decision to purchase Azarine skincare, these results can be seen in the F test. Meanwhile, partially on the brand image variable there is a positive but not significant influence on the decision to purchase Azarine skincare on. However, for the product quality and price perception variables, there is a significant influence on the decision to purchase azarine skincare among female students at the Faculty of Social and Political Sciences, University of 17 August 1945 Surabaya.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, and Purchasing Decisions

RINGKASAN

Pada masa kini perawatan wajah sudah menjadi kebutuhan yang paling utama bagi sebagian masyarakat, dalam beberapa tahun terakhir berbagai produk skincare dari luar negeri dengan mudah ditemukan di Indonesia, perkembangan bisnis skincare pada masa kini sudah berkembang pesat dan di antaranya banyak juga dari merek lokal bersaing di pasaran dengan menawarkan banyak pilihan dalam hal kandungan dengan segala jenis permasalahan pada kulit wajah. Salah satu contoh merek lokal yang bersaing dipasaran sekarang ini adalah Azarine Skincare.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Skincare Azarine Alivia Flowers Kayoon di Surabaya. Dengan jumlah sampel 100 responden yang dikumpulkan dengan menggunakan Kuisisioner dan teknik analisis yang digunakan adalah Uji Deskriptif, Uji validitaitas, Reliabilitas regresi linear berganda dengan SPSS 23. Waktu dari penelitian ini yaitu dari Bulan September 2023 hingga selesai. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian skincare Azarine, hasil tersebut dapat dilihat di uji F dimana nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $128,286 > 2,70$. Sedangkan secara parsial Variabel Citra Merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian skincare azarine hal ini dilihat dari nilai t hitung lebih dari nilai t table ($0,894 < 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,373 > 0,05$. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Skincare Azarine hal ini dilihat dari nilai t tabel ($3,854 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Variable Persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Azarine hal ini dilihat dari nilai t tabel ($5,765 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

SUMMARY

Nowadays facial care has become the most important need for some people, in recent years various skincare products from abroad have been easily found in Indonesia, the development of the skincare business nowadays has grown rapidly and many local brands are also competing in the world. market by offering many choices in terms of ingredients for all types of facial skin problems. One example of a local brand competing in the market today is Azarine Skincare.

This research aims to prove and analyze the influence of brand image, product quality and price perception on purchasing decisions. This research was conducted on Azarine Alivia Flowers Kayoon Skincare consumers in Surabaya. With a sample size of 100 respondents collected using a questionnaire and the analysis techniques used were Descriptive Test, Validity Test, Multiple Linear Regression Reliability with SPSS 23. The time of this research is from September 2023 until completion. This type of research is quantitative.

The research results prove that there is a simultaneous influence of brand image, product quality, and price perception on the decision to purchase Azarine skincare. These results can be seen in the F test where the calculated F value $> F$ table is $128.286 > 2.70$. Meanwhile, partially the Brand Image variable has a positive but not significant effect on the decision to purchase azarine skincare, this can be seen from the calculated t value which is more than the t table value ($0.894 < 1.985$) with a significance level of $0.373 > 0.05$. The Product Quality variable has a positive effect on purchasing decisions for Azarine Skincare, this can be seen from the t table value ($3.854 > 1.985$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. The price perception variable has a significant positive effect on the decision to purchase Azarine skincare, this can be seen from the t table value ($5.765 > 1.985$) with a significance level of $0.000 < 0.05$.

DAFTAR ISI

COVER DEPAN.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Citra Merek	9
2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.5 Persepsi Harga	13
2.1.6. Keputusan Pembelian	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	20
2.3.1. Hubungan antar Citra Merek, Kualitas produk, dan persepsi harga Tehadap Keputusan Pembelian	20
2.3.2. Hubungan antar variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ...	20
2.3.3. Hubungan antar kualitas produk terhadap keputusan pembelian	21
2.3.4. Hubungan antara persepsi harga dengan keputusan pembelian.....	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5. Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional	28
3.6.1 Definisi Variabel	28
3.6.2 Definisi Operasional.....	29
3.6.2.1 Citra Merek (X1).....	30
3.6.2.2 Kualitas Produk (X2).....	30
3.6.2.3 Persepsi Harga (X3).....	30
3.6.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	30
3.7 Proses Pengolahan Data	31
3.8 Metode Analisis Data	32
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	32
3.8.2 Analisis Kuantitatif.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas.....	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.3.4 Analisis Linear Berganda.....	34
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis.....	35
3.9.1 Uji F (Simultan).....	35
3.9.2 Uji T (Parsial).....	35
3.9.3 Koefesian Determinasi (R^2)	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Usia Responden	38
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Lama Pemakaian.....	39
4.2.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	39
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Variabel Citra Merek (X1).....	40
4.2.5 Deskripsi Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X2).....	40
4.2.6 Deskripsi Berdasarkan Variabel Persepsi Harga (X3)	41

4.2.7 Deskripsi Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
4.3 Uji Instrumen	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.4 Analisis Data	43
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	44
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.4.1.4 Uji Analisis Linear Berganda.....	46
4.5 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.1 Uji F (Simultan).....	47
4.5.2 Uji T (Parsial).....	48
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	50
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	51
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputussn Pembelian	51
4.7 Implikasi Penelitian.....	52
4.8 Keterbatasan Penelitian	53
BAB V PENUTUP	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 5 Brand Skincare yang terlaris di E-commerce	2
Gambar 1. 2 Varian skincare Azarine	2
Gambar 1. 3 Sunscreen Gel SPF45 Azarine	2
Gambar 1. 4 Cleansing Moist Micellar Water Azarine	2
Gambar 1. 5 Azarine C White Brightening Facial Cleancer	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	19
Gambar 4. 1 Hasil uji normalitas	44
Gambar 4. 2 Hasil uji heteroskedasitas	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 2 Karakteristik respondem berdasarkan lama pemakaian	39
Tabel 4. 3 Interval Penilaian Skala Likert	39
Tabel 4. 4 Hasil Analisis deskriptif variabel citra merek.....	40
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	41
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	43
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan)	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial)	49
Tabel 4. 14 Hasil Koefesien Determinasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	59
Lampiran 2: Hasil Data Jawaban Responden	62
Lampiran 3: Hasil Olah Data.....	64
Lampiran 4: Kartu Bimbingan Skripsi	72
Lampiran 5: Hasil Turnitin	73