

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi pada Mahasiswa Manajemen Unmer Malang angkatan 2020)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen**



**DISUSUN OLEH :
EKONOMIS DAELI
20022000206**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : EKONOMIS DAELI
Nomor Pokok : 20022000306
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Study : SI MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW (Studi pada Mahasiswa Manajemen Unmer Malang angkatan 2020)

Malang, Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi S1
Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE.,MM.)

Dosen Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati.M.M.)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr.H. Fajar Supanto, SE.,M.SI)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MS GLOW
(Studi pada Mahasiswa Manajemen Unmer Malang angkatan 2020)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

EKONOMIS DAELI

20022000306

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 30 Juli 2024

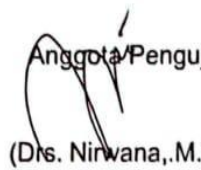
Susunan dewan penguji

Ketua Penguji

(Dra. Diah Widiawati, MM)

Sekretaris Penguji

(Krisnawuri Hanjayani, SE., MM)

Anggota Penguji

(Drs. Nirwana, M.M)

**Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Malang, 30 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Ekonomis Daeli
Nomor Pokok : 20022000306
Program Studi : S1 Manajemen
Bidang Kajian : PEMASARAN
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek, Dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian MS GLOW
Lokasi / Tempat yang diteliti : Mahasiswa Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asal : JL. Perumahan Red li, Sirombu Kab Nias
Barat, Sumatra Utara
No.Telp / HP : 0877 6182 4762

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar- benar melakukan penelitian dan penulisa skripsi tersebut di atas adalah benar – benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk mencabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Juli 2024
Peneliti

Ekonomis Daeli



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : EKONOMIS DAELI

Nomor Pokok : 20022000306

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat Tanggal Lahir : Onolimbu 20 Mei 2000

Alamat : Jl. Perumahan Red II, Sirombu Kab. Nias
Barat, Sumatra Utara

Nama Orang Tua (Ayah) : Artaba Daeli
(Ibu) : Rodeana Hia

Riwayat Pendidikan :

1. 2007 – 2013 : SD Negeri 071170 Sirombu
2. 2013 – 2016 : SMP Negeri 1Sirombu
3. 2016 – 20219 : SMAN 1 Rejotangan
4. 2020 – 2024 : Universitas Merdeka Malang

Malang, 30 Juli 2024

Penulis

Ekonomis Daeli

NIM. 20022000306

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yesus yang telah memberikan rahmat kemudahan dan kesehatan kepada penulis sehinga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk, Citar merek, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian ms glow “ studi pada mahasiswa universitas merdeka malang “

Skrisi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana di Universitas Merdeka Malang .pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak atas bantuan da bimbinganya serta nasehat yang tak ternilai harganya.ucapan terimakasih penulis haturkan kepada

1. **Prof. Dr Anwar Sanusi S.E., M.Si.** Selaku rektor universitas Merdeka malang.
2. **Prof. Dr. Fajar Supanto SE., M.Si** selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis universitas merdeka Malang
3. bu **Irany Windhyastiti, SE.,MM** selaku ketua program studi manajemen universitas merdeka Malang
4. Bapak **Roby Nur Akbar, S.AB,.M.AB** selaku sekretaris prodi manajemen universitas merdeka malang
5. Ibu **Dra. Diah Widiawati.M.M** Selaku dosen pembimbing. Terimakasih buat ibu yang sudah memberikan bimbingan selama proses penyusuna skripsi dari awal hingga akhir penulisan dan dengan sabar membimbing dan memberi solusi selama penyusunan skripsi. semoga jerih payah ibu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan dan rezeki

6. Seluruh staf dosen fakultas Ekonomi Universitas merdeka malang yang telah berkortibusi dalam meberikan pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Terimakasih kepada orang tua rohani yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis
8. Ayah dan Ibu yang selau senantiasa medoakan dan memberikan semangat dan dukuganya yang tak henti henti kepda penulis.

Penulis tentu menyadari bahwa skripsi masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun tata bahasanya.oleh sebab itu penulis dengan terbuka menerima kritik maupun saran yang membangun dari siapapun demi kesempurnaan skripsi ini. untuk masa kini maupun masa yang akan datang.

Malang, Juli 2024

Peneliti,

Ekonomis Daeli

NIM. 20022000306

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II. Tinjauan Pustaka	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terlebih Dahulu	19
C. Pengembangan Hipotesis	21
BAB III. Metode Penelitian	24
A. Definisi Operasional Variabel	24
B. Lingkup Penelitian	27
C. Lokasi Penelitian.....	27
D. Populasi Dan Teknik Penarikan Sampel	27
E. Jenis data dan Sumber Data	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data	31
BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian	37

A. Hasil Penelitian	37
1. Karakteristik Responden	37
2. Uji Instrumen	38
3. Uji Asumsi klasik.....	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V. Kesimpulan dan Saran	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
C. Keterbatasan Penelitian	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Latar Belakang.....	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 4 Skala Likert	30
Tabel 5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 6 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 7 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 10 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 12 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 13 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek	53
Tabel 14 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Harga.....	57
Tabel 15 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembeli	62
Tabel 16 Hasil Analisis Deskriptif	67
Tabel 17 Hasil Analisis Linier Berganda.....	69
Tabel 18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 19 Hasil Uji Parsial (Uji T)	73
Tabel 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	21
----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2. Data Karakteristik Responden	91
Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Produ (X1)	93
Lampiran 4. Tabulasi Data Citra Merek (X2)	97
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga (X3).....	100
Lampiran 6. Tabulasi Keputusan Pembelian(Y)	103
Lampiran 7. Hasil Output Uji SPSS.....	106
Lampiran 8. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	117
Lampiran 9. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	118
Lampiran 10. Surat Keterangan Plagiasi.....	119
Lampiran 11. Hasil Cek Plagiasi.....	120

ABSTRAK

Perkembangan produk kecantikan di Indonesia mengalami kemajuan yang cepat dan pesat. saat ini produk kecantikan seperti Skincare mengalami peningkatan yang sangat pesat serta menjadi kebutuhan masyarakat di Indonesia. hampir semua masyarakat di Indonesia menggunakan produk kecantikan, tidak hanya kalangan wanita, tetapi pria juga bisa menggunakan produk kecantikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena memberikan manfaat seperti melembabkan kulit, dan memutihkan dan mencerahkan kulit, mengencangkan kulit, mengecilkan pori-pori, menghilangkan bekas jerawat, dan mencegah kulit kusam. Definisi Operasional Variabel, Indikator dan Item Pertanyaan Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Berdasarkan hasil pengujian, analisis data, serta penjabaran diatas, penelitian ini menyimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel bebas atau independen (kualitas produk), citra merek dan harga) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) keputusan pembelian (Y) produk MS Glow dikalangan mahasiswa Manajemen angkatan 2020 Universitas Merdeka Malang. Secara simultan atau secara bersama-sama ketiga variabel bebas kualitas produk, citra merek, dan harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow. Ini berarti kualitas produk, citra merek dan harga menjadi pertimbangan mahasiswa universitas Merdeka Malang memutuskan pembelian produk MS Glow.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The development of beauty products in Indonesia has experienced rapid and rapid progress. Currently, beauty products such as Skincare have experienced a very rapid increase and have become a necessity for people in Indonesia. Almost all people in Indonesia use beauty products, not only women, but men can also use beauty products to meet their daily needs, because they provide benefits such as moisturizing the skin, and whitening and brightening the skin, tightening the skin, shrinking pores, removing acne scars, and preventing dull skin. Operational Definition of Variables, Indicators and Question Items The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decisions for MS Glow Products Based on the results of testing, data analysis, and the explanation above, this study concludes that simultaneously (simultaneously) the independent or independent variables product quality), brand image and price) have a significant influence on the dependent variable (dependent) purchase decision (Y) of MS Glow products among Management students of the 2020 class of Merdeka University of Malang. Simultaneously or together the three independent variables of product quality, brand image, and price have a significant influence on the purchase decision of MS Glow products. This means that product quality, brand image and price are considerations for Merdeka University Malang students when deciding to purchase MS Glow products.

Keywords : Product quality, brand image, price, purchasing decisions