

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**

(Studi Kasus pada Watson Bekasi)

SKRIPSI

NILAM MUGI LESTARI

21150000413



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus pada Watson Bekasi)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) – Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Maret 2019

MATERAI 6000

NILAM MUGILESTARI

NPK : 21150000413

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRAMEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK WARDAH

(Studi Kasus pada Watson Bekasi)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata-1, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis oleh NILAM MUGI LESTARI NPK 21150000413 di bawah bimbingan Lina Noersanti, S.Si, MSi. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Jakarta, 15 April 2020

Menyetujui

Pembimbing,



Lina Noersanti S.Si., MSi.

Mengetahui,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., MS.c

#ACC 14/01/2021

#

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PELANGGAN KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus pada Watson Bekasi)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 15 April 2020 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA.,MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Lina Noersanti, SSi, MSi.
(Pembimbing)
3.  ; Ir. Dwi Windu S., MS
(Anggota Penguji)
4.  ; Ruland Willy Jack S., SE, MSi
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kasih sayangnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga segala permasalahan yang di hadapi dapat terselesaikan oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar besar nya kepada:

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Fathillah Jakarta (YPFJ).
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
3. Ibu dan bapak selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Bapak Drs. Sumitro, Msc selaku kepala program studi S-1 Manajemen.
5. Ibu Lina Nursanti, SSC, MSC selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan *Staff* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Pihak Watsons cabang Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data penelitian.
8. Kedua orang tua saya yang tak pernah berhenti memberikan kasih sayang, bantuan dukungan materil dan moral, serta do'a kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Ferbian Dimas, Annisa, Dwi, Nanda, Revi, Syafira, Tantri, Nilna dan Dina yang selalu mendukung saya dan memberikan semangat serta telah banyak membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman, sahabat serta bantuan lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Demikian yang penulis dapat sampaikan, semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 05 Maret 2020

Nilam Mui Lestari

21150000413

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NILAM MUGI LESTARI
NPM : 21150000413
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAPKEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus pada Watson Bekasi)

Deserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Maret 2020

Yang menyatakan,

Ttd

NILAM MUGI LESTARI

NILAM MUGI LESTARI	Dosen Pembimbing :
NPK 21150000413	Lina Noersanti, S. Si., MSi
Program Studi S-1 Manajemen	
ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus pada Watson Bekasi)	
ABSTRAK <p>Penelitian untuk mengetahui apakah persepsi harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah (studi kasus pada Watson Bekasi)</p> <p>Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survey, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli kosmetik Wardah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Metoda analisis yang digunakan adalah regresi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.</p> <p>Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Watson Bekasi, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Watson Bekasi, secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Watson Bekasi. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Watson Bekasi.</p> <p><i>Kata kunci : persepsi harga, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian</i></p>	

NILAM MUGI LESTARI

Mentor :

NPK 21150000413

Lina Noersanti, S.Si., MSi

S-I Study Program Management

***EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE
ON DECISION PURCHASE OF WARDAH COSMETICS (Case Study on Bekasi
Watsons)***

ABSTRACT

Research to find out whether the perception of price, product quality and brand image influences wardah cosmetics purchasing decision (case study on Watsons Bekasi)

The research method used is the survey method, using aquestionnaire as a data collection tool. The population in this study were Wardah Cosmetics buyers. The sample used for this study were 100 people. The analytical method used is regression, coefficient of determination and hypothesis testing.

Based on the results and discussion, there is a partially significant effect on the price perception of Wardah Cosmetics purchaseing decision at Watsons Bekasi, partially there is a significant influence on product quality on Wardah Cosmetics purchase decision at Bekasi Watsons, partially there is a significant influence of brand image on purchasing decision Wardah Cosmetics at Bekasi Watsons, simultaneously there is a saignificant influence of price perception, product quality and bran image on the purchase decision of Wardah Cosmetics at Watsons Bekasi.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Persepsi Harga	9
2.2.2. Kualitas Produk.....	12
2.2.3. Citra Merek.....	16
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	18
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	20

2.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ..	21
2.4. Hipotesis Penelitian	21
2.5. Kerangka Konseptual.....	21
BAB III METODA PENELITIAN.....	23
3.1. Strategi Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi penelitian.....	23
3.2.2. Sampel penelitian	23
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	25
3.3.1. Data.....	25
3.4. Operasionalisasi Variabel	26
3.4.1. Variabel Terikat (Dependent Y).....	26
3.4.2. Variabel Bebas (Independent X).....	27
3.5. Metoda Analisis Data.....	29
3.5.1. Metoda pengolahan data	29
3.5.2. Metoda penyajian data	29
3.5.3. Analisis statistik data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	34
4.2. Deskripsi Responden	35
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
4.3.1. Uji Validitas.....	37
4.3.2. Uji Reliabilitas	38
4.4. Deskripsi Data	39
4.5. Analisis Statistik.....	42

4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	42
4.5.2. Pengujian Hipotesis.....	46
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran	51
DAFTAR REFERENSI	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	28
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	35
Tabel 4.1. Hasil Keseluruhan Uji Validitas.....	38
Tabel 4.2. Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3. Koefisien Determinasi Parsial Persepsi Harga (X_1) dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Y).....	41
Tabel 4.4. Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk (X_2) dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Y).....	43
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi Parsial Citra Merek (X_3) dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Y).....	44
Tabel 4.6. Koefisien Determinasi Berganda.....	45
Tabel 4.7. Pengujian Hipotesis Parsial Persepsi Harga (X_1) Kualitas Produk (X_2) dan Citra Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Y).....	46
Tabel 4.8. Pengujian Hipotesis Simultan Persepsi Harga (X_1) Kualitas Produk (X_2) dan Citra Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Y).....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1 Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia ...	36
Gambar 4.2 Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4.3 Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan	37
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga (X_1)	40
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk (X_2)	40
Gambar 4.6 Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_3)	41
Gambar 4.7 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
Gambar 4.8 Hasil Koefisien Determinasi Parsial dan Simultan.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 2.	Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga	61
Lampiran 3.	Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	64
Lampiran 4.	Tabulasi Data Variabel Citra Merek.....	67
Lampiran 5.	Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Lampiran 6.	Tabulasi Data Berpasangan.....	73
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas Variabel X_1	76
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Variabel X_2	77
Lampiran 9.	Hasil Uji Validitas Variabel X_3	78
Lampiran 10.	Hasil Uji Validitas Variabel Y	79
Lampiran 11.	Hasil Uji Reliabilitas, Uji Cronbach Alpha.....	81
Lampiran 12.	Output SPSS (Deskripsi Data).....	83
Lampiran 13.	Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial)	84
Lampiran 14.	Output SPSS (Koefisien Determinasi Berganda).....	87
Lampiran 15.	Surat Keterangan Riset.....	88
Lampiran 16.	Daftar Riwayat Hidup.....	89