



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
CITRA MEREK PRODUK MAYBELLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

NI'MA FATAHAT RISDA

41218073

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK PRODUK MAYBELLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Oleh:

Nama : **NIMA FATAHAT RISDA**

NIM : **41218073**

Program Studi : **SI Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal Bulan tahun

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.

NIDN. 0622059001

Dosen Penelaah I

Mukhroji, S.E., M.M.

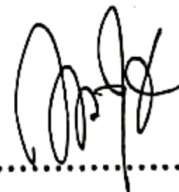
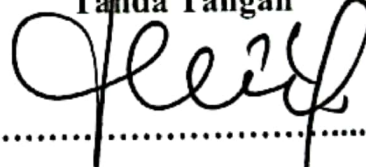
NIDN. 0621058902

Dosen Penelaah II

Dr. Qori Al Banin., S.E., M.Si

NIDN. 0607098601

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan

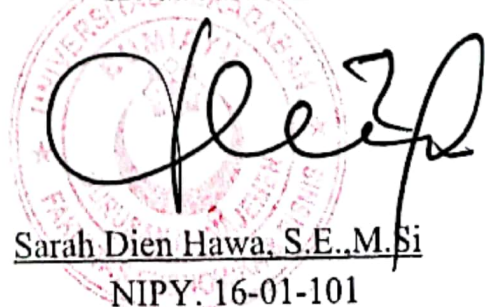
Pada tanggal 11 - 10 - 2022

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M.
NIPY. 16-02-120

Ketua Jurusan



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16-01-101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni'ma Fatahat Risda

NIM : 41218073

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, September
2022

Yang membuat pernyataan



Ni'ma Fatahat Risda

NIM. 41218073

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus penguji 1 skripsi saya yang telah memberikan arahan dan masukan yang luar biasa terhadap skripsi saya sehingga dapat terselesaikan tanpa suatu halangan apapun.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban dan sekaligus pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
4. Ibu Dr. Qori Al Banin., S.E., M.Si selaku dosen penguji 2, yang telah memberikan arahan dan masukannya terhadap penelitian saya.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.
6. Kakak Eza Darisqi pengganti ayah dan ibu yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
7. Sahabat-sahabatku (Savira,Salma,Mb Yuni) untuk kesabaran, motivasi dan kebersamaan yang kalian berikan.
8. Sahabat-sahabatku dari berbagai *circle* untuk motivasi dan kebersamaan yang kalian berikan

9. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2018.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT membelas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terimakasih.

Paguyangan, Agustus 2022

Penulis

Ni'ma Fatahat Risda

NIM: 41218073

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga, kualitas produk, promosi, dan citra merek produk Maybelline terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada konsumen pengguna produk Maybelline diseluruh Indonesia. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara online melalui google form. Sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, promosi, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Maybelline.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, product quality, promotion and brand image of Maybelline products on purchasing decisions. This research was conducted on consumers using Maybelline products throughout Indonesia. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents online via google form. The sample in this study were 97 respondents. The sampling technique used non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of SPSS. Based on the results of the study indicate that the variables of price, product quality, promotion and brand image affect the purchase decision of Maybelline products.

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

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11
B. Rumusan Model Penelitian	20
C. Perumasan Hipotesis	23
Gambar.1: Kerangka Berfikir	26
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	27
A. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Lokasi Penelitian	27
3. Waktu Penelitian	27
4. Populasi dan Sampel	27
5. Sumber Data	29
6. Teknik Pengumpulan Data	30
B. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Instrumen	33
2. Analisis Deskriptif	34
3. Analisis Regresi Linear Berganda	36
4. Uji Asumsi Klasik	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Analisis Data dan Pembahasan	46
1. Hasil Uji Instrumen.....	46
2. Hasil Statistik Deskriptif	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda	58
4. Uji Asumsi Klasik.....	62
5. Pembahasan	67
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index	3
Tabel 2. Definisi Operasional.....	31
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	46
Tabel 6. Hasil Uji Validitas	47
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Harga (X1)	51
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk (X2).....	53
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Promosi (X3).....	56
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Citra Merek (X4)	57
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda	59
Tabel 14. Hasil Uji F.....	61
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi	62
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-smirnov	63
Tabel 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1: Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot.....	63
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 3. Tabulasi Data Harga (X1)	85
Lampiran 4. Tabulasi Data Kualitas Produk (X2)	89
Lampiran 5. Tabulasi Data Promosi (X3)	93
Lampiran 6. Tabulasi Data Citra Merek (X4)	97
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	101
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Harga (X1)	102
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	103
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X4)	105
Lampiran 12. Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	106
Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas Varibel Harga (X1)	107
Lampiran 14. Hasil Uji Realibilitas Varibel Kualitas Produk (X2)	108
Lampiran 15. Hasil Uji Realibilitas Varibel Promosi (X3)	109
Lampiran 16. Hasil Uji Realibilitas Varibel Citra Merek (X4)	110
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	111
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga (X1)	113
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kuualitas Produk (X2)	114
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X3)	116
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek (X4)	117
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Descriptive Statistics	118
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 24. Hasil Uji Asumsi Klasik	121
Lampiran 25. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	122
Lampiran 26. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-plot	123
Lampiran 27. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot ...	124
Lampiran 28. Hasil Uji Multikolinieritas	125
Lampiran 29. Riwayat Hidup Penulis	126