



UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA

SKRIPSI

Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare* MS GLOW Pada Konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo

SAFIRA DENNY ISWANTO
181500075

Dosen Pembimbing
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW
PADA KONSUMEN MS GLOW DI DESA
BARENGKRAJAN KRIAN, SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**SAFIRA DENNY ISWANTO
NIM : 181500075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare* MS GLOW Pada Konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan, Krian Sidoarjo

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Safira Denny Iswanto
- b. NIM : 181500075
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji

Tanggal : 22 Juli 2022

Dosen Pembimbing,



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.

NPP. 0709494/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek,
Dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Produk MS
GLOW Pada Konsumen MS GLOW
Desa Barengkrajan, Krian Sidoarjo.

Identitas Mahasiswa

f. Nama : Safira Denny Iswanto
g. NIM : 181500075
h. Program Studi : Manajemen
i. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
j. Alamat e-mail : safirademy88@gmail.com

Mengesahkan
Ketua Program Studi,

I Made Bagus Dyarta, S.E., M.M.
NPP. 0709598/DY

Surabaya, 16 Agustus 2022
Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. NPP. 0709494/DY

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi,

Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.
NPP. 0709494/DY

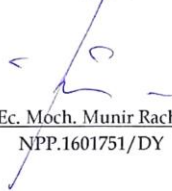
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Senin
Tanggal : 15 Agustus
Tahun : 2022

Mengetahui,

Penguji I,



Dr. Drs. Ec. Moch. Munir Rachman, M.Si.
NPP.1601751/DY

Penguji II,



Yuli Kurnia Firdausia, S.E., M.Ak.
NPP. 1507731/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Safira Denny Iswanto

NIM : 181500075

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare MS GLOW Pada Konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2021-2022 bersifat original. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 Agustus 2022

Mahasis



Safira D.

NIM: 181500075



KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare MS Glow Pada Konsumen MS Glow Di Desa Barendkrajan Krian, Sidoarjo”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat

1. Bapak Dr. M. Soebandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama kuliah.
6. Kedua Orang Tua saya, Serta seluruh keluarga besar yang dengan penuh cinta kasih telah memberikan doa, motivasi,

biaya, dan dukungan terhadap penulis sampai penelitian ini selesai.

7. Teman-teman Manajemen F 2018, terutama teman-teman dekat penulis yang telah membantu dan memberi dukungan hingga terselesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya,

Safira Denny Iswanto

NIM: 181500075

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas takdirmu saya bisa menyelesaikan skripsi yang sebagai tugas akhir saya dengan tepat waktu.

Dengan saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya. Untuk Bapak terima kasih telah sabar mendidik, memberikan kasih sayang, memberi semangat, motivasi, biaya dan doa, dan untuk perjuangannya menjadikan saya seperti ini. Lalu untuk Ibu terima kasih atas doa dan kasih sayang yang telah diberikan.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen dan *staff* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi yang dibutuhkan. Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta terima kasih kepada para responden saya telah membantu melakukan penelitian ini.

Ucapan terima kasih saya sembahkan untuk teman-teman Manajemen F 2018 terutama teman-teman dekat saya dan teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kenangan yang telah diberikan selama ini.

MOTTO

“Buanglah jauh rasa egomu dan berusahalah jika kau ingin mendapatkannya karena usaha lebih baik daripada sebuah janji”

~Safira Denny.I~

ABSTRACT

Appearance today is something that must be considered, not by women but also men. Included in the world of work appearance is an important thing how we respect other people or clients. The development of skincare is currently growing rapidly, especially local skincare brands which are much favored by people in Indonesia. All this because of the power of social media that has been used well by the company. so that consumers have a point of view in paying attention to price, brand image, and product quality in deciding to purchase. In this study, a non-probability sampling approach was used to take samples using a questionnaire that was scored on a Likert scale. This study involved 85 participants who were all consumers of MS GLOW skincare. With the results of the research that has been reviewed this time, it shows that Price Perception, Brand Image, and Product Quality have a simultaneous effect on the Purchase Decision of MS GLOW products..

Keywords : *Price Perception, Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision*

ABSTRAK

Penampilan dimasa kini adalah suatu hal yang harus diperhatikan, tidak oleh Wanita namun juga pria. Termasuk dalam dunia pekerjaan penampilan adalah suatu hal yang penting bagaimana diri kita menghargai orang lain atau client. Perkembangan skincare saat ini telah berkembang pesat terutama skincare brand local yang banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia. Semua ini karena kekuatan media social yang sudah dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan. sehingga konsumen memiliki sudut pandang dalam memperhatikan harga, citra merek, dan kualitas produk dalam memutuskan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling untuk mengambil sampel menggunakan kuesioner yang diberi skor pada skala Likert. Penelitian ini melibatkan 85 partisipan yang semuanya konsumen dari skincare MS GLOW. Dengan hasil dari penelitian yang telah dikaji kali ini menunjukkan jika Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk MS GLOW.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	24
2.2.1 Grand Theory	24
2.2.2 Pengertian Pemasaran	26
2.2.3 Manajemen Pemasaran.....	27
2.3 Persepsi Harga	28
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	28

2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga ..	29
2.3.3	Dimensi Persepsi Harga	30
2.3.4	Indikator Persepsi Harga	30
2.4	Citra Merek.....	31
2.4.1	Pengertian Citra Merek	31
2.4.2	Fungsi Citra Merek.....	31
2.4.3	Faktor Pembentuk Citra Merek	32
2.4.4	Dimensi-Dimensi Citra Merek.....	32
2.4.5	Indikator Citra Merek	33
2.5	Kualitas Produk	34
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk	34
2.5.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	34
2.5.3	Tingkatan Produk.....	36
2.5.4	Indikator Kualitas Produk.....	36
2.6	Keputusan Pembelian	37
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	37
2.6.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
2.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	38
2.7	Kerangka Konseptual	39
2.8	Hipotesis	41
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1	Rancangan Penelitian	43
3.2	Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.2.1	Populasi	45

3.2.2 Sampel.....	45
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	46
3.3 Jenis Dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1 Kuesioner	47
3.4.2 Skala Pengukuran.....	48
3.4.3 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	49
3.5 Varaibel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	49
3.5.1 Variabel Penelitian	49
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	50
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.6.1 Pengujian Instrument Penelitian	52
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda	56
3.6.4 Uji Hipotesis	56
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.2 Karakteristik Responden	60
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	61
4.4 Analisis Data Penelitian	72

4.4.1 Persiapan Analisis Data	72
4.4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	73
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	86
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	89
4.4.5 Uji Hipotesis	91
4.4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
BAB V	97
SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Simpulan	97
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99