

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE BODY
SHOP**

Skripsi

Diajukan sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Disusun Oleh:

Felix Fernando

NPM: 19 03 25035

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE BODY
SHOP**

Disusun oleh:

Felix Fernando

NPM: 19 03 25035

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Tanggal 8 Juni 2023

SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Body Shop


Disusun dan dipersiapkan oleh
Felix Fernando
NPM: 19 03 25035

Telah dipertahankan didepan Panitia penguji
Pada tanggal 6 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Dr. J. Ellyawati, MM



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Yogyakarta, 11 Juli 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas AtmaJaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felix Fernando

Npm : 19 03 25035

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Body

Shop

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide serta kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan ini atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 8 Juni 2023

Yang Menyatakan



Felix Fernando

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah Ia berikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Body Shop*” dengan baik. Penulisan skripsi ini digunakan untuk menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dengan semua berkat dan kasihNya, kesehatan, kekuatan, keteguhan, tekad, kesabaran, dan ketekunan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah menyediakan dan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi penulis dapat selesai dengan baik dan lancar.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan arahan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi dalam bangku kuliah.

4. Seluruh keluarga besar di Solo atas segala tenaga, biaya, kesabaran, dukungan, doa, serta memberikan motivasi dan semangat kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Jesica Chang yang selalu sedia mendampingi dengan sabar, menemani, mendukung, memberikan semangat, bantuan, dorongan, motivasi, nasihat yang membangun, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama pengerjaan skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Almer, Koko, Wahyu, Yohan, Clarent, dan Grace selaku sahabat penulis dari *Toxic Family* yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini mampu dapat diselesaikan dengan baik.
7. Boni, Lydia, Vania, Marvin, Taufan, dan Albert selaku sahabat penulis dari *RCT Group* yang telah menghibur, memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Naldo, Joshua, Daniel, King, Damar, Peter, dan Ivan selaku sahabat penulis dari *Dolans Group* yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Daiva, Dicky, dan Albert selaku sahabat penulis dari *ABC Group* yang telah memberikan dorongan, motivasi dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh teman seperjuangan bimbingan skripsi Ibu Diah yang telah memberikan semangat, motivasi, dorongan, serta membagi ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti yang telah memberikan dukungan, doa, kesabaran, semangat dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada peneliti sehingga pengerjaan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.



Yogyakarta, 8 Juni 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Felix Fernando", written in a cursive style.

Felix Fernando

MOTTO

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead.”

(Mark Lee)

“Hiduplah seperti Anda akan mati besok dan berbahagialah seperti anda akan hidup selamanya.”

(B.J. Habibie)

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu.”

(Amsal 3:5-6)

“Selesaikan apa yang sudah kita mulai dan jangan lupa untuk selalu bersyukur.”

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
HALAMAN INTISARI	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Produk.....	8
2.1.2 Citra Merek	8
2.1.3 Harga.....	9

2.1.4 Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Model Penelitian	16
2.4 Pengembangan Hipotesis	16
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.1.1 Subjek Penelitian.....	19
3.1.2 Objek Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4 Alat Analisis.....	24
3.5 Instrumen Penelitian	24
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	30
3.7.2 Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	32
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
BAB IV	35
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35

4.1 Pengantar.....	35
4.2 Uji Validitas	36
4.3 Uji Reliabilitas	37
4.4 Analisis Profil Responden.....	38
4.4.1 Profil Responden Berdasarkan Apakah Pernah Membeli dan Menggunakan Produk dari The Body Shop.....	39
4.4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	40
4.4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.4.5 Profil Responden Berdasarkan Sistem Pembelian	42
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4.6 Pembahasan Hipotesis.....	45
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	45
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	47
4.6.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	48
BAB V.....	51
KESIMPULAN.....	51
5.1 Profil Responden.....	51
5.2 Kesimpulan	51
5.3 Implikasi Manajerial	53
5.4 Keterbatasan Penelitian	55

5.5 Saran.....	56
LAMPIRAN I	62
LAMPIRAN II.....	72
LAMPIRAN III.....	95
LAMPIRAN IV.....	102
LAMPIRAN V	105



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Tingkatan Skor Skala Likert	25
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4. 3 Profil Responden berdasarkan Apakah Pernah Membeli dan Menggunakan Produk dari The Body Shop	39
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Sistem Pembelian	42
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Campaign Forever Against Animal Testing The Body Shop	2
Gambar 1. 2 Penjualan Produk The Body Shop di Tokopedia hingga April 2023 .	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	16



HALAMAN INTISARI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK THE BODY SHOP

Disusun oleh:

Felix Fernando

NPM: 19 03 25035

Pembimbing:

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan informasi terkait pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. Objek dari penelitian ini adalah produk dari The Body Shop. Responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 241 data responden, namun terdapat 9 data responden yang tidak valid karena tidak memenuhi kriteria dan 232 data responden lainnya valid karena telah memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, lalu untuk pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *google forms* yang disebar secara online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan alat analisis berupa analisis regresi berganda dengan bantuan *software* aplikasi IBM SPSS Statistics 26 dalam pengujian variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Kosmetik, *Make Up*, dan Kecantikan.