

ABSTRAK

Dinawati Oktaviana, 2018: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Marcks dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Wanita yang Menggunakan Bedak Tabur Marcks di DKI Jakarta): Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta: Pembimbing Dr. Moh Rizan, MM & Shandy Aditya BIB, M.PBS.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Marcks dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. Responden pada penelitian ini yang pernah dan masih menggunakan bedak tabur Marcks lebih dari 1 tahun. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 250 orang responden dengan teknik pengambilan sample yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *structural Equation modelling* (SEM). Menggunakan alat bantu analisis SPSS versi 24 dan Lisrel versi 8.7. Hasil pengujian deskriptif menjelaskan bahwa : (1) Terdapat pengaruh variabel kualitas produk citra merek memiliki *t-value* sebesar 5.65, (2) Terdapat pengaruh harga terhadap citra merek memiliki *t-value* sebesar 6.07, (3) Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki *t-value* sebesar 6.81, (4) Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian memiliki *t-value* sebesar 7.68, (5) Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki *t-value* sebesar 6.02. (6) Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek memiliki *t-value* sebesar 4.42 dan (7) Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek memiliki *t-value* sebesar 4.64.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Marcks

ABSTRACT

Dinawati Oktaviana, 2018: *The Influence of Product Quality and Price on the Purchase Decision of Marcks Powder Products with Brand Image as Intervening Variety (Study on Women Using Marck Sow Powder in DKI Jakarta): Marketing Management Concentration, Management Studies Program, Faculty of Economics, State University Jakarta: Advisors Moh Rizan, MM & Shandy Aditya BIB, M.PBS.*

This research was conducted to know the Influence of Product Quality and Price to Purchase Decision of Marcks Powder Products with Brand Image as Intervening Variable. Respondents in this study who have been and still use Marcks powder for more than 1 year. Data collection was done by distributing questionnaires to 250 respondents with sampling technique that is purposive sampling. This research uses structural Equation modeling (SEM). Using SPSS version 24 and Lisrel version 8.7. Descriptive test results explain that: (1) There is influence of product quality brand image has t-value of 5.65, (2) There is influence of price to brand image has t-value equal to 6.07, (3) There is influence of product quality to purchase decision t-value of 6.81, (4) There is influence of price to purchase decision has t-value equal to 7.68, (5) There is influence of brand image to purchasing decision have t-value equal to 6.02. (6) The effect of product quality on purchasing decision through brand image has t-value of 4.42 and (7) Price influence on purchase decision through brand image has t-value of 4.64.

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






LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207199203 1 001

Nama	Jabatan	TandaTangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Ketua		9 Agustus 2018
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119199203 2 001	Penguji Ahli		9 Agustus 2018
3. <u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 19830501201803 2 001	Sekretaris		10 Agustus 2018
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 19720627200604 1 001	Pembimbing I		9 Agustus 2018
5. <u>Shandy Aditya BIB M.PBS</u> NIP. 8817860018	Pembimbing II		9 Agustus 2018

Tanggal Lulus : 8 Agustus 2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berarti menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Dinawati Oktaviana

8215163818

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya atas terselesainya penulisan Skripsi ini. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi program studi pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu juga merupakan pelatihan untuk menuangkan pikiran kedalam bentuk tulisan dari hasil jerih payah penulis selama menimba ilmu. Keterbatasan serta kemampuan penulis, menyebabkan penulis sering mendapat kesulitan. Namun berkat bantuan dari beberapa pihak sehingga akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan.

Oleh karena itu pada kesempatan yang berbahagia ini dengan keikhlasan dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing satu Skripsi
2. Shandy Aditya BIB, M.PBS selaku Dosen Pembimbing dua Skripsi
3. Andrian Haro S.Si, MM selaku Koordinator Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Dedi Purwana ES,M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan semangat dan doa untuk mengerjakan Skripsi.

6. Sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan selalu mengingatkan saya untuk tidak pantang menyerah menyusun Skripsi
7. Teman-teman seperjuangan S1 Manajemen pemasaran Alih Program 2016 yang saling mendukung.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari sempurna, baik bentuk isi maupun teknik penyajian, oleh sebab itu kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan tangan terbuka. Semoga kehadiran skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangsih dalam masalah kualitas produk, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian produk bedak tabur Marcks.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Deskripsi Konseptual	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. Kualitas Produk	21
3. Harga	24
4. Citra Merek	27
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	30
C. Kerangka Teoritik	44

D. Perumusan Hasil Hipotesis	49
------------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	50
B. Metode Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel	51
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Skala Pengukuran	57
F. Teknis Analisis Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	
1. Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal	66
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	67
3. Karakteristik Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	68
4. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	69
5. Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan.....	70
6. Karakteristik Berdasarkan Alasan Tertarik Penggunaan Produk	71
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan	
1. Analisis deskriptif	73
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	78
3. <i>Confirmatory factor analysis</i>	80
4. <i>Full Model SEM</i>	88
5. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	91

6. Uji Hipotesis	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	96
B. Implikasi.....	99
C. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
RIWAYAT HIDUP	107
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1	Faktor Pembelian Kosmetik	3
Tabel I.2	Review Femaledaily	5
Tabel I.3	Top Brand 2015	6
Tabel I.4	Top Brand 2016	7
Tabel I.5	Top Brand 2017	8
Tabel II.7	Matriks Penelitian Relevan	42
Tabel III.8	Operasionalisasi Variabel Penelitian	55
Tabel III.9	Bobot Skala Likert	58
Tabel III.10	<i>Goodness of Fit</i>	65
Tabel IV.11	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk	73
Tabel IV.12	Nilai Analisis Deskriptif Harga	74
Tabel IV.13	Nilai Analisis Deskriptif Citra Merek	75
Tabel IV.14	Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	76
Tabel IV.15	Hasil Uji Validitas	78
Tabel IV.16	Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel IV.17	Hasil <i>Uji Goodness of Fit</i> Kualitas Produk	82
Tabel IV.18	Hasil <i>Uji Goodness of Fit</i> Harga	84
Tabel IV.19	Hasil <i>Uji Goodness of Fit</i> Citra Merek	85
Tabel IV.20	Hasil <i>Uji Goodness of Fit</i> Keputusan Pembelian	87

Tabel IV.21	Hasil <i>Uji Goodness of Fit Full Model</i>	89
Tabel IV.22	Indikator <i>Fit Model</i>	90
Tabel IV.23	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	91
Tabel IV.24	Model Persamaan Struktural	94

DAFTAR GAMBAR

Nomer Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Keluhan Konsumen.....	8
Gambar II.2	Proses Keputusan pembelian	21
Gambar II.3	Model Penelitian.....	49
Gambar III.4	Konseptual Diagram <i>Full Model</i>	59
Gambar IV.5	Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal	66
Gambar IV.6	Karakteristik Berdasarkan Usia	67
Gambar IV.7	Karakteristik Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	68
Gambar IV.8	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	69
Gambar IV.9	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	70
Gambar IV.10	Karakteristik Berdasarkan Alasan Tertarik Penggunaan Produk.....	71
Gambar IV.11	<i>First Order</i> Kualitas Produk	81
Gambar IV.12	<i>First Order</i> Harga	83
Gambar IV.13	<i>First Order</i> Citra Merek	85
Gambar IV.14	<i>First Order</i> Keputusan Pembelian	86
Gambar IV.15	<i>Full Model</i> SEM	88
Gambar IV.16	<i>t-value fiitted Model</i> SEM	93