

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KESESUAIAN HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK**

(Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

ANTY SOLIHATI

20200510264

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KESESUAIAN HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ANTY SOLIHATI

20200510264

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji,

Penguji I,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Penguji II,



Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sv
NIK. 41038091296

Penguji III,



Tatang Reis, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND IMAGE*, KESESUAIAN HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

(Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ANTY SOLIHATI

20200510264

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Prof. Dr. H. Disman, M.S.
NIP. 195902091984121001

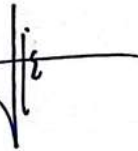


Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., SE., M.Si.
NIK.41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., ME., Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anty Solihati

NIM : 20200510264

Judul Skripsi : “Pengaruh *Brand Image*, Kesesuaian Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Image*, Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)**” adalah hasil tulisan saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat Pernyataan,



Anty Solihati

NIM. 20200510264

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Tidak ada yang lebih baik memahami Anda, selain diri Anda sendiri.

Maka kenalilah ia, ajaklah ia tenang di saat-saat buruk sekalipun.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua tercinta, keluarga, dan tak lupa pula kepada diri saya sendiri yang telah berjuang hingga sampai pada titik ini.

ABSTRAK

Anty Solihati, 2024. “Pengaruh *Brand Image*, Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei Pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan).” Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, Pembimbing (I) Prof. Dr. H. Disman, M.S. Pembimbing (II) Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kesesuaian harga dan kualitas produk secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen masker wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pengumpulan data digunakan dengan cara membagikan kuesioner. Sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 160 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan variabel *brand image*, kesesuaian harga, dan kualitas produk sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *brand image*, kesesuaian harga, dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, (2) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kesesuaian Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Anty Solihati, 2024. "The Influence of Brand Image, Price Suitability and Product Quality on Product Purchasing Decisions (Survey on Mustika Ratu Face Mask Consumers in Kuningan Regency)." Thesis, Management Faculty of Economics and Business, University of Kuningan, Supervisor (I) Prof. Dr. H. Disman, M.S. Supervisor (II) Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy.

The purpose of this study was to determine the influence of brand image, price suitability, and product quality both simultaneously and partially on the purchasing decisions of Mustika Ratu face mask consumers in Kuningan Regency. The research method used was descriptive. Data collection was conducted by distributing questionnaires. The sample taken in this study consisted of 160 respondents using purposive sampling technique. The data analysis used was multiple regression analysis with brand image, price suitability, and product quality as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable. The results showed that (1) brand image, price suitability, and product quality collectively influenced purchasing decisions, (2) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) price suitability had a positive and significant effect on purchasing decisions, and (4) product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand image, Price Suitability, Product Quality, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan Judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kesesuaian Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei Pada Konsumen Masker Wajah Mustika Ratu di Kabupaten Kuningan)”**. Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikan sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Tak lupa dengan segala hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memfasilitasi penulis selama menyusun penelitian ini. Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal kebaikan dan keberkahan.

Kuningan, Mei 2024

Penulis,

Anty Solihati

20200510264

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya restu dan ridha dari Allah SWT. Pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yth :

1. Prof. Dr. H. Disman, MS. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. Selaku dosen pembimbing II, pembimbing akademik dan Kepala Program Studi Manajemen yang telah banyak meluangkan waktunya, selalu memberikan motivasi saran dan mengarahkan penulis selama perkuliahan berlangsung sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Lili Karmela F, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si Selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Kedua orangtua saya yaitu Ibu Emah dan Bapak Syahroni yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ketahap ini, selalu memberikan do'a dan dukungan tiada henti kepada penulis. Untuk pintu surgaku, seorang ibu yang luar biasa. Terimakasih telah melahirkan dan merawat saya dengan kasih sayang dan penuh cinta, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih sudah menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
7. Untuk kelima kakak tersayang saya yaitu A Anton, Teh Lisna, Teh Neli, Teh Yeni dan A erik. Terimakasih atas segala do'a, dorongan dan dukungan penuh yang kalian berikan sepanjang hidup penulis.

8. Kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya di perkuliahan, yaitu Lupita, Nita, Diah, Ersalina, Ira, Arifah, Fahmi, Farhan, dan Luthfi. Terimakasih selalu ada kebersamaan penulis suka maupun duka, kehadiran kalian telah mewarnai perjalanan masa perkuliahan penulis.
9. Terimakasih juga kepada sahabat kecil saya, yaitu Azzahra Yasri Fitriani. Yang sudah menemani penulis sampai di titik ini, telah menjadi pendengar dan penasehat yang baik.
10. Kepada keluarga besar "OFFICIAL MANAJEMEN J" terimakasih telah kebersamai selama kurang lebih empat tahun.
11. Tak lupa setiap waktu saya selalu berterimakasih kepada Allah SWT, karena telah memberikan nikmat serta ridha-Nya dan telah mempermudah segalanya. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah ikut serta mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMAKASIH..... iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Tujuan Penelitian..... 8

1.4 Manfaat Penelitian..... 9

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS
..... 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Pengertian Pemasaran 11

2.1.2 Keputusan Pembelian..... 12

2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... 12

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 12

2.1.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	14
2.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.3 <i>Brand Image</i>	18
2.1.3.1 Pengertian Brand Image	18
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Image.....	19
2.1.3.3 Dimensi Brand Image	21
2.1.3.4 Indikator Brand Image	23
2.1.4 Harga	25
2.1.4.1 Pengertian Harga	25
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	25
2.1.4.3 Dimensi Harga	27
2.1.4.4 Indikator Harga	28
2.1.5 Kualitas Produk.....	29
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	29
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	30
2.1.5.3 Dimensi Kualitas Produk	31
2.1.5.4 Indikator Kualitas Produk	32
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	34
2.1.6.1 Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.6.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.1.6.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.1.6.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.1.7 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Berpikir	43

2.3 Hipotesis.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	46
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Instrumen.....	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Analisis Deskriptif	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	58
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	59
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
3.7.3.1 Persamaan Regresi	59
3.7.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	60
3.7.3.3 Uji Hipotesis	61
3.7.3.3.1 Uji F (Simultan)	61

3.7.3.3.2 Uji T (Parsial).....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Hasil Penelitian	64
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden	67
4.1.2.1. Karakteristik Responenden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
4.1.3. Analisis Deskriptif	71
4.1.3.1. Analisis Deskriptif Brand Image (X1).....	71
4.1.3.2 Analisis Deskriptif Harga (X2)	74
4.1.3.3 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	76
4.1.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	78
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.1.4.1 Uji Normalitas	80
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas	81
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas	83
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.1.5.1 Persamaan Regresi.....	83
4.1.5.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.1.5.3 Uji Hipotesis	86
4.1.5.3.1 Uji F (Simultan)	86
4.1.5.3.2 Uji T (Parsial).....	87
4.2. Pembahasan	88

4.2.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1.	Kesimpulan.....	92
5.2.	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN-LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Masker Wajah	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Masker Wajah Mustika Ratu	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Hasil Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	52
Tabel 3.3 Hasil Validitas Variabel Harga (X2).....	53
Tabel 3.4 Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	54
Tabel 3.5 Hasil Validitas Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas variabel X dan Y	56
Tabel 4.1 Data Rata-rata Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	72
Tabel 4.2 Data Rata-Rata Variabel Harga (X2).....	74
Tabel 4.3 Data Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (X3).....	76
Tabel 4.4 Data Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R ²)	85
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4.11 Hasil Uji T (Parsial)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Keputusan Pembelian.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	44
Gambar 3.1 Skala Pengisian Kuesioner	51
Gambar 4.1 Logo PT. Mutsika Ratu Tbk.....	66
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
Gambar 4.6 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	73
Gambar 4.7 Deskriptif Variabel Harga (X2).....	76
Gambar 4.8 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	78
Gambar 4.9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Pengantar Bimbingan Skripsi
	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Data Hasil Penelitian
Lampiran IV	: Hasil Olah Data SPSS Versi 26
Lampiran V	: Tabel r (taraf signifikan 0,05)
	Tabel f (taraf signifikan 0,05)
	Tabel t (taraf signifikan 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup