

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK VIVA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



**NURHAYATI
NPM : 19200035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurhayati
NPM : S1-19200035
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusa Pembelian Lipstik Viva

Disetujui:
Dosen Pembimbing

(Caslam, S.E., M.M)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Wartoyo Hadi SE., MM.,)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

Mengetahui,
Ketua Prodi

Mengetahui,
Dekan

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Lipstik Viva. Fenomena penelitian ini didasarkan pada menurunnya peringkat Viva dalam indeks Top Brand kategori lipstik selama periode 2021–2024, yang menunjukkan penurunan kesadaran merek dan minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen pengguna produk Viva di Kota Bogor. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik citra merek Viva maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa daya tahan dan variasi produk menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen. Variabel harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa harga yang terjangkau belum sepenuhnya mampu meningkatkan keputusan pembelian tanpa dukungan kualitas dan citra merek yang kuat. Secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Lipstik Viva

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Viva Cosmetics

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul dengan Judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Penulis berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M.; selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak. selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedi Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia

4. Bapak Caslam, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, nasehat-nasehat dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran
5. Bapak/ibu dosen serta staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat baik kepada penulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa satu bimbingan yang telah berjuang bersama, saling membantu dan selalu menyemangati satu sama lain.
7. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia atas kebersamaannya selama ini.
8. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan pendidikan di masa kini dan di masa yang akan datang.

Bogor, Februari, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Batasan Masalah.....	18
D. Rumusan Masalah.....	18
E. Tujuan Penelitian.....	18
F. Manfaat Penelitian	19
G. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	21
B. Kualitas Produk	29
C. Harga	34
D. Keputusan Pembelian	44
E. Penelitian Terdahulu	50
F. Kerangka Pemikiran	54
G. Hipotesis Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Metode Penelitian	58
B. Tempat dan Waktu Penelitian	58
C. Operasional Variabel	59
D. Populasi dan Sampel	62

E. Jenis dan Sumber Data	64
F. Teknik Analisis Data	66
G. Statistik Deskriptif	72
H. Analisa Korelasi	73
I. Analisis Regresi Linier Berganda	75
J. Uji Hipotesis	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
A. Sejarah Perusahaan	81
B. Profil Responden	84
C. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas	86
1. Uji Validitas	86
2. Uji Reliabilitas	90
3. Uji Asumsi Klasik	91
D. Statistik Deskriptif	95
E. Koefisien Korelasi	99
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
G. Uji Hipotesis	101
1. Uji t	101
2. Uji F	103
3. Koefisien Determinasi (R^2)	105
H. Pembahasan	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1	TOP Brand Index Kategori Lipstik Tahun 2021-2024.....	3
Tabel 2	Pra Survey Citra Merek.....	8
Tabel 3	Harga Produk Lipstik.....	11
Tabel 4	Pra Survey Kualitas Produk Viva Kosmetik	13
Tabel 5	Pra Survey Keputusan Pembelian	14
Tabel 6	Penelitian Terdahulu	51
Tabel 7	Operasional Variabel	61
Tabel 8	Indeks Jawaban Responden	73
Tabel 9	Interprestasi Koefisien Korelasi	75
Tabel 10	Profil Responden	85
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (CM)	87
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (KP)	88
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (HA)	89
Tabel 14	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 16	Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 17	Uji Linieritas variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 18	Uji Linieritas variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 19	Uji Linieritas variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian..	93
Tabel 20	Hasil Uji Multikolinieritas.....	93
Tabel 21	Distribusi Jawaban responden pada variable Citra Merek(CM)	95
Tabel 22	Distribusi Jawaban responden pada variable Kualitas Produk (KP)	96
Tabel 23	Distribusi Jawaban responden pada variable Harga (HA)	97
Tabel 24	Distribusi Jawaban responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	98

Tabel 25	Hasil Uji Korelasi	99
Tabel 26	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
Tabel 27	Hasil Uji t.....	102
Tabel 28	Hasil Uji F	103
Tabel 29	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Lipstik Viva	7
Gambar 2	Kerangka Pemikiran	54
Gambar 3	Logo Viva	83
Gambar 4	Struktur Organisasi Viva Kosmetik	84
Gambar 5	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	119
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	122
Lampiran 3	Output Uji Validitas dan Reliabilitas	126
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuisisioner	131
Lampiran 5	Output Uji Asumsi Klasik	143
Lampiran 6	Output Uji	144
Lampiran 7	Profil Responden	146
Lampiran 8	Output Statistik Deskriptif	147
Lampiran 9	Tabel r	161
Lampiran 10	Tabel t	162
Lampiran 11	Tabel F	163