

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE
MEREK INNISFREE**

Oleh :

Priscilla Hartanti

28180084

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS**

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE

MEREK INNISREE

Diajukan Oleh

Nama : Priscilla Hartanti

Nim : 28180084

Jakarta , 22 Februari 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Morryessa Brandinie, S.E, M.M)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Priscilla Hartanti / 28180084 / Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E, M.M.

Produk kecantikan telah mengalami banyak perkembangan terutama *skincare* yang sangat diminati kaum wanita. Secara umum, produk kecantikan untuk kategori kosmetik selain dapat mempercantik juga dapat menyebabkan beragam masalah kulit. Namun, saat ini terjadi perubahan pola pikir dimana produk kecantikan dianggap lebih dari sekedar *make up* melainkan sebagai produk perawatan untuk kulit sempurna dan cantik. Saat ini sudah banyak produk *skincare* atau perawatan kulit yang dapat ditemukan oleh masyarakat secara mudah, salah satunya adalah produk Innisfree yang berasal dari Korea Selatan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui keputusan pembelian produk Innisfree melalui variabel citra merek dan persepsi harga.

Menurut Yossie Rossanty (2019 : 119) Citra Merek adalah seperangkat ingatan yang ada di benak konsumen mengenai sebuah merek, baik itu positif maupun negatif. Menurut Kotler dan Armstrong dalam jurnal Nurul Fatmawati. A dan Euis Soliha (2017), Persepsi harga (*price perception*) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Anita Styaningrum dan Asih Niati (2019), Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Objek penelitian ini adalah produk Innisfree. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah mendengar dan menggunakan produk perawatan kulit Innisfree, dimana teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *judgement sampling* (pemilihan sampling yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu) dengan ukuran sampel yang akan diteliti sebanyak 104 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi dimana akan disebarakan kuesioner melalui media *Google Form* kepada 104 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi ganda dengan menggunakan SPSS 20.0

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa responden sangat setuju bahwa citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sudah sangat baik serta mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis penelitian ini terbukti dapat diterima.

Kesimpulan penelitian ini adalah, citra merek dan persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Innisfree.





ABSTRACT

Priscilla Hartanti / 28180084 / *The Influence of Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions* / Supervisor: Morryessa Brandinie, S.E, M.M.

Beauty products have undergone many developments, especially skincare which is in great demand by women. In general, beauty products in the cosmetic category, apart from being able to beautify, can also cause various skin problems. However, nowadays there is a change in mindset where beauty products are considered more than just make-up but as care products for perfect and beautiful skin. Currently, there are many skincare or skin care products that can be found easily by the public, one of which is Innisfree products from South Korea. The purpose of this study was to determine the purchasing decisions of Innisfree products through brand image and price perception variables.

According to Yossie Rossanty (2019: 119) Brand Image is a set of memories that are in the minds of consumers about a brand, both positive and negative. According to Kotler and Armstrong in the journal Nurul Fatmawati. A and Euis Soliha (2017), Price perception is the value contained in a price related to the benefits of owning or using a product or service. According to Kotler and Keller in the journal Anita Styaningrum and Asih Niati (2019), purchasing decisions are consumer decisions regarding preferences for brands in the choice set.

The object of this research is Innisfree product. The population of this research is consumers who have heard of and used Innisfree skin care products, where the sampling technique is non-probability sampling using judgment sampling (sampling selection based on certain criteria) with a sample size of 104 respondents to be studied. The data was collected by means of communication techniques in which the questionnaires will be distributed through the Google Form media to 104 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression test using SPSS 20.0

Based on the analysis of the data in this study, the results showed that the respondents strongly agreed that brand image and price perception on purchasing decisions were very good and had a positive and significant influence on purchasing decisions. So that this research hypothesis is proven to be accepted.

The conclusion of this study is that brand image and price perception have a positive and significant influence on purchasing decisions for Innisfree products.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip atau seluruhnya atau sebagian tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan berkat-Nya serta waktu yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala. Namun, penulis berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian karya tulis akhir ini, antara lain :

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan bantuan selama penulis menjalankan masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Keluarga dan teman-teman yang telah setiap hari memberikan doa, semangat, pendapat, saran, serta dorongan dalam penulisan dan penyusunan skripsi.
4. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karna keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.



Jakarta Februari 2022

Penulis

Priscilla Hartanti

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	2
ABSTRAK	3
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	10
BAB I	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2. Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
3. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Analisis Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
5. Analisis Regresi Ganda	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.





A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Analisis Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
1.	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	Error! Bookmark not defined.
2.	Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
C.	Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Analisis Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
5.	Analisis Regresi Ganda	Error! Bookmark not defined.
D.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
A.	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga produk Innisfree vs Nature Republic.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	27
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	28
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	29
Tabel 3.4 Jawaban Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga.....	44
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
Tabel 4.8 Skor Rata-rata Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.9 Skor Rata-rata Variabel Persepsi Harga.....	48
Tabel 4.10 Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas Park.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

© Hak Cipta milik KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip atau sebarluaskan atau menyalin, memperbanyak, mendistribusikan, atau menyebarkan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Laporan Penjualan E-Commerce Produk Kecantikan Tahun 2020.....	3
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 3.1	RentangSkala.....	32
Gambar 4.1	Logo Innisfree.....	42

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.