



DAMPAK PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK PADA *BEHAVIORAL*

LOYALTY KONSUMEN *SKINCARE* INNSIFREE

Disusun oleh :

Nama : Vinny Nurdin

NIM: 23190094

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2023

© 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

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.

PENGESAHAN

**DAMPAK PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK PADA
BEHAVIORAL LOYALTY KONSUMEN SKINCARE INNSIFREE**

Diajukan oleh:

Nama: Vinny Nurdin

NIM: 23190094

Jakarta, 12 April 2023

Disetujui oleh:

Pembimbing



(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2023



ABSTRAK

Vinny Nurdin / 23190094 / 2023 / Dampak Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap *Behavioral Loyalty* Konsumen *Skincare* Innisfree / Pembimbing: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Masa kini, industri kecantikan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat terutama *skincare* merek Korea Selatan. Innisfree merupakan salah satu *brand* ternama berasal dari Korea Selatan yang memiliki produk-produk *skincare* berbahan dasar alami dari Pulau Jeju. Ketika ingin membeli suatu produk, terdapat dua faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli yaitu persepsi harga dan citra merek. Studi menunjukkan kedua faktor ini tidak menjamin konsumen akan berkomitmen terhadap suatu merek maka dari itu peneliti ingin mempelajari apakah persepsi harga dan citra merek memiliki pengaruh terhadap *behavioral loyalty*.

Penelitian ini merekonstruksi model penelitian Pratisthita et al. (2022), penyesuaian model penelitian dilakukan dengan mengurangi satu konstruk pada penelitian tersebut yaitu *brand positioning* untuk menyesuaikan replikasi *konstruktif* dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Maka, konsep yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah persepsi harga, citra merek, dan *behavioral loyalty*.

Objek pada penelitian ini adalah konsumen *skincare* Innisfree. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 150 responden yang diambil menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* WarpPLS 7.0.

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty*.

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan adalah perusahaan di himbau untuk mempertimbangkan menciptakan produk-produk Innisfree lainnya dengan harga yang lebih terjangkau, membuat variasi produk lainnya yang cocok digunakan pada konsumen yang memiliki masalah kulit berjerawat dan kulit berminyak serta untuk peneliti selanjutnya dapat mencari variabel lainnya yang berbeda yang mungkin dapat mempengaruhi pembelian ulang suatu produk.

Kata kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, *Behavioral loyalty*



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan pada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi yang berjudul “Dampak Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap *Behavioral Loyalty* Konsumen *Skincare* Innisfree” yang mengacu kepada proposal penelitian bersama sebagai tugas dari mata kuliah Seminar Manajemen Pemasaran.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa ketika menyusunnya membutuhkan usaha yang cukup besar. Namun, dalam menyelesaikan studi dan penelitian skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M., sebagai dosen pembimbing yang selalu membimbing peneliti, memberikan pembelajaran dan bimbingannya untuk membantu peneliti selama bimbingan dalam pembuatan skripsi.
2. Seluruh dosen dari universitas Kwik Kian Gie yang sudah bersedia memberikan dan menuangkan ilmu yang tak terhingga untuk peneliti dalam proses pembelajaran.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Michelle halim, Sisca cahyadi, Selvia sebagai sahabat-sahabat peneliti yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama ini dalam penyusunan skripsi hingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

5. Natalia, Fellysia, Lady sebagai teman-teman peneliti yang selalu memberikan bantuan dan juga dukungan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

6. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan secara rinci yang telah membantu dan berkontribusi selama penyusunan skripsi berlangsung.

Sebagai manusia biasa, peneliti sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dalam kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, segala kesalahan dan kekurangan dalam peneliti skripsi ini, peneliti memohon maaf dan peneliti akan menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya.

Akhir kata, harapan peneliti adalah semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik dan berguna bagi siapa saja yang akan membacanya.

Jakarta, 12 April 2023

Vinny Nurdin

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Penelitian.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teoritis.....	6
B. Penelitian Terdahulu	10
C. Kerangka Pemikiran.....	13
D. Hipotesis Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Objek Penelitian.....	16
B. Desain Penelitian	16
C. Variabel Penelitian.....	18
D. Teknik Pengambilan Sampel	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
B. Profil Responden.....	37





C. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
D. Analisis Deskriptif	43
E. Hasil penelitian	46
F. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, membahas 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.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Konstruk Persepsi Harga.....	20
Tabel 3.2	Konstruk Citra Merek	23
Tabel 3.3	Konstruk <i>Behavioral Loyalty</i>	19
Tabel 3.4	Skor Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 3.5	<i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural.....	33
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman.....	38
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.6	Persentase Responden Berdasarkan Status	41
Tabel 4.7	Persentase Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Goodness of instrument</i>	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Goodness of data</i>	43
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Persepsi Harga	44
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	45
Tabel 4.12	Analisis Deskriptif <i>Behavioral Loyalty</i>	46
Tabel 4.13	Hasil Evaluasi Model Struktural	49
Tabel 4.14	Pengaruh Langsung Antar Konstruk.....	51

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

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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Negara Asal Produk Kecantikan yang Diminati di Indonesia.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 3.1	Testimoni <i>Facial Foam</i> Innisfree.....	21
Gambar 3.2	Testimoni <i>Super Volcanic Pore Clay Mask</i> Innisfree	19
Gambar 3.3	Testimoni <i>Jeju Orchid Enriched Cream</i> Innisfree	19
Gambar 3.4	Model Lengkap SEM	35
Gambar 4.1	Logo Innisfree	38
Gambar 4.2	Model Lengkap SEM	48
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	50

C **Fakultas Teknik Informatika (FSTI) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	61
Lampiran 2	Profil Data Responden.....	65
Lampiran 3	Data Kuesioner (N=30)	67
Lampiran 4	Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas (30 Responden).....	68
Lampiran 5	Data Kuesioner (N=150)	70
Lampiran 6	Hasil output Uji Validitas dan Reliabilitas (150 Responden).....	72
Lampiran 7	Hasil Uji SPSS.....	76
Lampiran 8	Turnitin	81

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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