

**DAMPAK PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK PADA
ATTITUDINAL LOYALTY KONSUMEN SKINCARE INNISFREE**

Oleh:

Nama : Michelle Halim

NIM : 25190010

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 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.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**DAMPAK PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK PADA
ATTITUDINAL LOYALTY KONSUMEN SKINCARE INNISFREE**

Diajukan Oleh:

Nama : Michelle Halim

NIM : 25190010

Jakarta, 11 April 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



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

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

© 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.

ABSTRAK

Michelle Halim / 25190010 / 2023 / Dampak Persepsi Harga dan Citra Merek pada *Attitudinal Loyalty* Konsumen *Skincare* Innisfree / Pembimbing: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli *skincare* adalah persepsi harga dan citra merek. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kedua faktor ini tidak menjamin konsumen berkomitmen terhadap suatu merek. Pada konteks Innisfree, peneliti ingin mempelajari apakah persepsi harga dan citra merek berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*.

Penelitian ini merekonstruksi model penelitian Adawiah (2015). Penyesuaian model penelitian dilakukan dengan menambahkan konsep *attitudinal loyalty* sebagai konstruk endogen. Konsep yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah persepsi harga, citra merek, dan *attitudinal loyalty*.

Objek penelitian ini adalah *Skincare* Innisfree. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* terhadap 150 responden yang direkrut menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* WarpPLS 7.0.

Penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitudinal loyalty* konsumen Innisfree.

Perusahaan disarankan untuk mengurangi biaya pembelian dengan memberikan insentif, memperkuat citra merek sebagai *skincare* yang cocok untuk kulit berjerawat, serta meningkatkan keunggulan Innisfree dibanding *brand* pesaing. Peneliti selanjutnya disarankan untuk membahas mengenai pengaruh persepsi harga terhadap citra merek serta dapat menambahkan *behavioral loyalty* sebagai konstruk endogen.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, dan *Attitudinal Loyalty*



ABSTRACT

Michelle Halim / 25190010 / 2023 / *Impact of Perceived Price and Brand Image on Attitudinal Loyalty of Innisfree Skincare Consumers* / Advisor: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Some of the factors considered by consumers in buying skincare are price perceptions and brand image. Previous studies have shown that these two factors do not guarantee consumer commitment to a brand. In the context of Innisfree, researchers want to study whether perceived price and brand image have an effect on attitudinal loyalty.

This study reconstructs Adawiah's research model (2015). Adjustment of the research model was carried out by adding the concept of attitudinal loyalty as an endogenous construct. The concepts used to support this research are price perception, brand image, and attitudinal loyalty.

The object of this research is Skincare Innisfree. Data was collected by distributing questionnaires in the form of a Google form to 150 respondents who were recruited using purposive sampling. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) with the help of WarpPLS 7.0 software.

Research shows that perceived price and brand image have a positive and significant effect on the attitudinal loyalty of Innisfree consumers.

Companies are advised to reduce purchasing costs by providing incentives, strengthening the brand's image as skincare suitable for acne-prone skin, and increasing Innisfree's advantages over competing brands. Further researchers are advised to discuss the effect of price perceptions on brand image and to add behavioral loyalty as an endogenous construct.

Keywords: *Perceived Price, Brand Image, and Attitudinal Loyalty*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini tepat sesuai waktu yang ditentukan dengan judul “Dampak Persepsi Harga dan Citra Merek pada *Attitudinal Loyalty* Konsumen *Skincare* Innisfree” yang mengacu pada proposal penelitian bersama pada mata kuliah Seminar Manajemen Pemasaran.

Penyusunan penelitian skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Selain itu, penelitian skripsi ini juga bertujuan untuk menambah wawasan yang berhubungan dengan produk Innisfree baik bagi peneliti maupun bagi pembaca. Tidak dapat dipungkiri bahwa penyusunan penelitian skripsi ini membutuhkan usaha yang cukup besar. Namun, karya ini tidak dapat selesai tanpa bantuan berbagai pihak yang mendukung dan membantu proses pembuatan skripsi ini.

Maka, peneliti ingin mengucapkan terima kasih bagi pihak yang telah memberikan banyak kontribusi selama pembuatan skripsi:

1. Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M., sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan juga pikiran untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah menuangkan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti selama proses perkuliahan.
3. Orang tua saya, Ibu Mery Bong serta keluarga yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan juga doa selama proses penyusunan skripsi.





4. Vinny Nurdin, Sisca Cahyadi Salim, dan Selvia selaku sahabat terdekat peneliti yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan menghibur peneliti selama proses penyusunan skripsi.

5. Natalia Rebecca, Felysia, Lius Setiawan Andy, dan Haris Nursalim selaku teman-teman yang telah memberikan bantuan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara lengkap yang telah membantu serta berkontribusi selama proses penyusunan skripsi berlangsung.

Semoga semua hal baik yang telah diberikan mendapat berkat dari Tuhan Yang Maha

Esa dan akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dilihat dalam hal penyusunan, pengetahuan, dan lain-lain. Peneliti yang ingin melakukan

penelitian yang sama pada waktu yang akan datang diharapkan memperhatikan dan mengatasi penelitian ini.

Jakarta, 11 April 2023

Peneliti

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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 ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Penelitian	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teoritis	6
1. Teori Dasar	6
2. Persepsi Harga	6
a. Pengertian Persepsi	6





b. Pengertian Harga	6
c. Pengertian Persepsi Harga	7
d. Dimensi Persepsi Harga.....	7
3. Citra Merek.....	8
a. Pengertian Citra Merek.....	8
b. Indikator Citra Merek	8
4. <i>Attitudinal Loyalty</i>	9
a. Pengertian Sikap	9
b. Pengertian Loyalitas	9
c. Pengertian <i>Attitudinal Loyalty</i>	9
d. Dimensi <i>Attitudinal Loyalty</i>	9
B Penelitian Terdahulu.....	10
C Kerangka Pemikiran	14
D Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A Objek Penelitian	17
B Desain Penelitian	17
C Variabel Penelitian	19
D Teknik Pengambilan Sampel	24
E Teknik Pengumpulan Data	24
F Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
A Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35

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



B. Profil Responden	36
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
D. Analisis Deskriptif	42
E. Hasil Penelitian	45
F. Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

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

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.



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>Attitudinal Loyalty</i>	23
Tabel 3.4 Skor Skala Likert	25
Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural.....	32
Tabel 4.1 Pengalaman Membeli <i>Skincare</i> Innisfree	36
Tabel 4.2 Frekuensi Pembelian <i>Skincare</i> Innisfree	37
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Status	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Goodness of Instrument</i>	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Goodness of Data</i>	41
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Persepsi Harga	42
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	43
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif <i>Attitudinal Loyalty</i>	44
Tabel 4.12 Hasil Evaluasi Model Struktural.....	46
Tabel 4.13 Pengaruh Langsung Antar Konstruk	48

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Negara Asal Produk Kecantikan yang diminati di Indonesia	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	14
Gambar 3.1	Testimoni <i>Facial Foam</i> Innisfree	21
Gambar 3.2	Testimoni <i>Super Volcanic Pore Clay Mask</i> Innisfree	21
Gambar 3.3	Testimoni Jeju Orchid <i>Enriched Cream</i> Innisfree	22
Gambar 3.4	Model Lengkap SEM	33
Gambar 4.1	Logo Innisfree	35
Gambar 4.2	Model Lengkap SEM	45
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	47

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	57
Lampiran 2 Data <i>Goodness of Instrument</i>	60
Lampiran 3 Data <i>Goodness of Data</i>	61
Lampiran 4 Hasil Output (30 Responden).....	65
Lampiran 5 Hasil Output (150 Responden).....	66
Lampiran 6 Hasil Turnitin	77

© Hak Cipta Milik IBI KIKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.