

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR**

TUGAS AKHIR

DEBY PUTRI AYU

223402516288



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

DEBY PUTRI AYU

223402516288



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 12 Februari 2026



Deby Putri Ayu

NPM: 223402516288

UNIVERSITAS NASIONAL

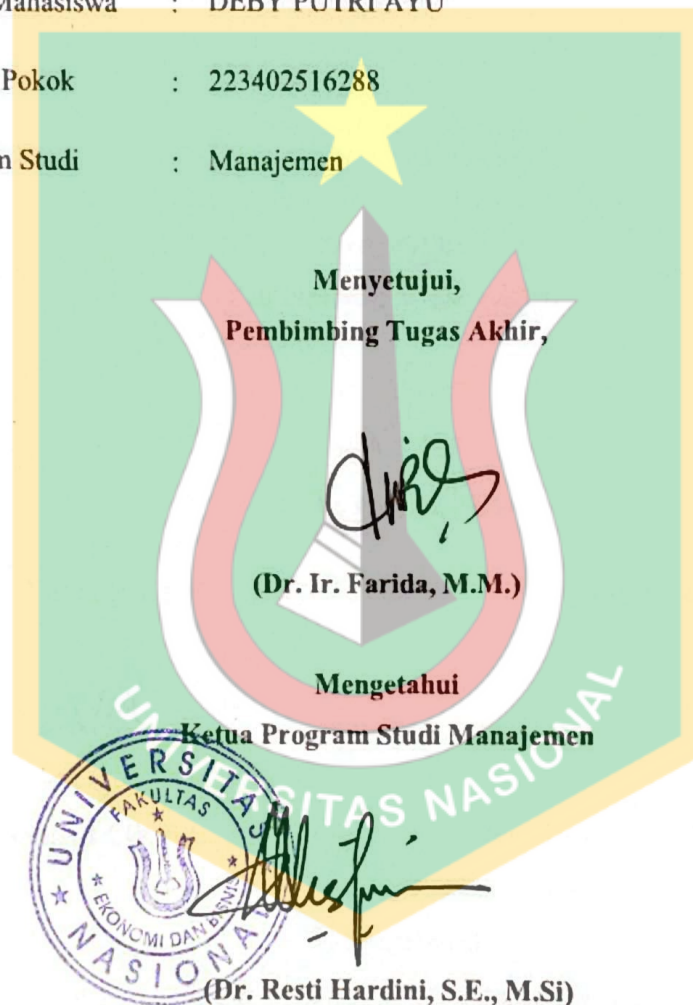
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR**

Nama Mahasiswa : DEBY PUTRI AYU

Nomor Pokok : 223402516288

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 12 Februari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR**

Nama Mahasiswa : DEBY PUTRI AYU

Nomor Pokok : 223402516288

Program Studi : Manajemen

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**


(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Ketua/Penguji,

Anggota/Penguji,


(Dr. Achmad Cik, S.E., M.M)


(Dr. Lisa Sarinah, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 12 Februari 2026

Tanggal Lulus: 27 Februari 2026

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC DI JAKARTA TIMUR

Oleh:

Deby Putri Ayu

NPM 223402516288

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ir. Farida, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific di Jakarta Timur. Penelitian ini didasari oleh tingginya tingkat persaingan di pasar produk *skincare* serta pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 100 responden pengguna produk *skincare* Skintific. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

Hasil uji t menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 4,117, kualitas produk memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 3,031, dan citra merek memiliki nilai signifikansi $0,038 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 2,100. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan persepsi harga sebagai variabel yang paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek merupakan faktor kunci dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada pasar *skincare*.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS FOR SKINTIFIC SKINCARE PRODUCTS IN EAST JAKARTA

By:

Deby Putri Ayu

NPM: 223402516288

Final Project, under the guidance of Dr. Ir. Farida, M.M.

This study aims to analyze the influence of price perception, product quality, and brand image on purchasing decisions for Skintific skincare products in East Jakarta. This research is motivated by the high level of competition in the skincare product market and the importance of understanding the factors that influence consumer purchasing decisions. A quantitative approach was used with a purposive sampling technique, involving 100 respondents who use Skintific skincare products. Data were collected through a questionnaire and analyzed using SPSS version 27 software.

The t-test results indicate that price perception has a significance value of $0.000 < 0.05$ with a calculated t-value of 4.117, product quality has a significance value of $0.003 < 0.05$ with a calculated t-value of 3.031, and brand image has a significance value of $0.038 < 0.05$ with a calculated t-value of 2.100. The results demonstrate that all three variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, with price perception being the most dominant variable. These findings confirm that price perception, product quality, and brand image are key factors in enhancing consumer purchasing decisions in the skincare market.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Skintific di Jakarta Timur.” Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen.

Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Skintific di Jakarta Timur. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir ini terdapat berbagai tantangan dan keterbatasan, baik dalam memahami materi, mengolah data, maupun mengatur waktu. Berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Resti Hardani, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Ibu Dr. Ir. Farida, M.M. selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
9. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta pengorbanan yang tiada henti. Tanpa restu dan kepercayaan yang diberikan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini dengan baik.
10. Diri sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan terus berusaha menyelesaikan setiap proses dengan penuh tanggung jawab. Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun setiap tantangan yang dihadapi menjadi bagian dari pembelajaran dan pendewasaan diri yang sangat berharga.
11. Nenek dan adik-adik tercinta, yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang, serta dukungan tanpa henti. Kehadiran, nasihat, dan keceriaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan setiap proses dengan penuh tanggung jawab.
12. Aya, Indhy, Tasyah, Mita, dan Shidqii yang senantiasa memberikan motivasi, berbagi informasi, serta saling mendukung dalam proses penyusunan karya ini. Kebersamaan, diskusi, dan semangat yang diberikan menjadi kekuatan tersendiri hingga tugas ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menambah wawasan dalam bidang yang dibahas.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 12 Februari 2026

Penulis



Deby Putri Ayu

223402516288

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian.....	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Keputusan Pembelian.....	12
3. Persepsi Harga	15
4. Kualitas Produk.....	17
5. Citra Merek.....	19
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
1. Keterkaitan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2. Keterkaitan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
3. Keterkaitan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	23
D. Kerangka Analisis	26
E. Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Data Penelitian	29
1. Sumber Data dan Jenis Data	29
2. Populasi dan Sampel.....	30
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	31
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
1. Analisis Deskriptif.....	33
2. Uji Instrumen	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Analisis Inferensial	35
5. Uji Kelayakan Model.....	36
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Deskripsi Data Penelitian	38
2. Karakteristik Responden	39
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	43
B. Pembahasan.....	57
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	57
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	57
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	22
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	42
Tabel 4.5 Avarage Total Mean Persepsi Harga (X1).....	43
Tabel 4.6 Avarage Total Mean Kualitas Produk (X2).....	44
Tabel 4.7 Avarage Total Mean Citra Merek (X3).....	45
Tabel 4.8 Avarage Total Mean Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel (X1, X2, X3, Y).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Kecantikan.....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Skintific Tahun 2023 sampai Q1 2024	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	26
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	41
Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Lama Pemakaian ...	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Laporan Bimbingan

Lmpiran 5 Turnitin

