

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SKINTIFIC DI KEPANJEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Firdiatul Nuzula

202010160311370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI KEPANJEN

Oleh :

Firdiatul Nuzula
202010160311370

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,



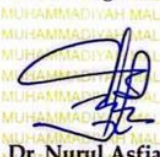
Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC DI KEPANJEN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Firdiatul Nuzula

NIM : 202010160311370

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Penguji II : Novita Ratna Satiti, S.E., M.M. Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firdiatul Nuzula

NIM : 202010160311370

Program Studi : Manajemen

Surel : nuzzula01@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 10 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Firdiatul Nuzula

SERTIFIKAT PLAGIASI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC DI KEPANJEN

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

5%

2

dosen.upi-yai.ac.id

Internet Source

3%

3

eprints.umpo.ac.id

Internet Source

2%

4

Submitted to Universitas Mataram

Student Paper

2%

5

sintama.stibsa.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC DI KEPANJEN

Firdiatul Nuzula¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

Management Department, Universitas of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Email: nuzzula01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis & menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian *skincare* Skintific di Kepanjen. Data diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner google form terhadap 100 reponden dengan teknik *purposive sampling* pada konsumen Skintific di Kepanjen. Teknik analisis data menggunakan model persamaan berganda dengan bantuan *software* SPSS 25. Temuan penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan sedangkan pada uji F menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *skincare* Skintific di Kepanjen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND
LIFESTYLE ON THE DECISION TO PURCHASE SKINTIFIC
SKINCARE IN KEPANJEN**

Firdiatul Nuzula¹, Eko Handayanto², Chalimatuz Sa'diyah³

Management Department, Universitas of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Email: nuzzula01@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image, product quality and lifestyle on purchasing decisions for Skintific skincare in Kepanjen. This data was obtained through a survey using a Google Form questionnaire of 100 respondents using a purposive sampling technique among Skintific consumers in Kepanjen. The data analysis technique uses a multiple equation model with the help of SPSS 25. Research findings show that brand image, product quality and lifestyle influence purchasing decisions positively and significantly, while the f test shows that brand image, product quality and lifestyle influence simultaneously on the decision to purchase Skintific skincare in Kepanjen.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle and Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra merek, Kualitas produk, dan Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian *skincare* Skintific di Kepanjen”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Eko Handayanto, Dr., Drs., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang penuh dengan kesabaran dalam memberikan arahan, meluangkan waktunya serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Saya bersyukur bisa mendapatkan dosen pembimbing sebaik beliau.
5. Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk hingga

terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Saya bersyukur bisa mendapatkan dosen pembimbing sebaik beliau.

6. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada ayahanda Alm. Mustofah dan pintu surgaku Husniah selaku kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, dan berjuang untuk kehidupan penulis, serta kasih sayang, cinta, dukungan motivasi dan nasihat yang tidak hentinya diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada kakak kandung Lailatul Isteriza dan suami Abdurrohman Ali yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan study dengan baik.
9. *My grandmother* yang sangat ingin melihat penulis sampai kejenjang sarjana, beliau tak hentinya mengingatkan penulis untuk selalu rajin, tekun, selama menjalankan study ini, sehingga perkataan beliau yang selalu melekat di ingatan penulis.
10. Sahabat-sahabat penulis Moh. Iklil Hamas, Lina Inas Nafisah, dan Vanella Yona yang selalu menghibur, memberi semangat, mendengarkan, mendukung penulis sampai sejauh ini.
11. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan selama ini, telah berjuang sejauh ini, senantiasa menikmati setiap proses yang dibilang tidak mudah. Mampu mengendalikan diri tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Terima kasih sekali lagi untuk diri saya.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tidak ternilai. Aamiin yaa robbal alamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif

dan saran dari semua pihak saya harapkan untuk menyempurnakan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 10 Juli 2024

Penyusun

Firdiatul Nuzula

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	25
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Lokasi Penelitian	29
3.2. Jenis Penelitian	29
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4. Definisi Operasional Variabel	32
3.5. Sumber Data dan teknik Pengumpulan Data.....	34
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran umum mengenai Skintific.....	43
4.2 Produk Skintific.....	44
4.3 Karakteristik Responden	45
4.4 Hasil Uji Instrumen	46
4.5 Uji Asumsi Klasik	53
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
BAB V.....	68
KESIMPULAN DAN SARAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating bintang penjualan skincare.....	4
Tabel 2.1 Tipe-tipe keputusan pembelian.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Pengukuran Data.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan lama pemakaian.....	46
Tabel 4.2 Uji Validitas Instrumen.....	47
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Item Instrumen.....	48
Tabel 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov.....	54
Tabel 4.5 Uji multikolinearitas.....	55
Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.8 Uji t.....	51
Tabel 4.9 Uji F.....	60
Tabel 4.10 Uji Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan skincare kuartal pertama 2024.....	2
Gambar 1.2 Perawatan wajah terlaris E-commerce 2022.....	6
Gambar 2.1 Proses pengambilan keputusan.....	16
Gambar 2.2 Kerangka penelitian.....	26
Gambar 4.1 Logo Produk Skintific	43
Gambar 4.2 Beberapa produk yang dimiliki oleh Skintiife	45
Gambar 4.3 Grafik scatterplot.....	56

LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner 1.....	75
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	79
Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas.....	91
Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 5 Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 6 Output SPSS Analisis Linear Berganda.....	98
Lampiran 7 Output SPSS Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 8 Rating bintang.....	100