

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM
(Studi Kasus pada Pengguna Lip Cream Pixy di Jakarta)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE
DECISION FOR PIXY LIP CREAM PRODUCTS
(Case Study on Product Pixy Lip Cream User In Jakarta)***

Oleh :

Ine Ristiana Aini Putri

2017410105

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM
(Studi Kasus pada Pengguna Lipcream Pixy di Jakarta)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE
DECISION FOR PIXY LIP CREAM PRODUCTS
(Case Study on Product Pixy Lip Cream User In Jakarta)***

DOSEN PEMBIMBING

(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

Oleh :

Ine Ristiana Aini Putri

2017410105

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA PIXY LIP CREAM DIJAKARTA)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE
DECISION FOR PIXY LIP CREAM PRODUCTS
(CASE STUDY ON PRODUCT PIXY LIP CREAM USER IN JAKARTA)***


Oleh :
Ine Ristiana Aini Putri
2017410105

SKRIPSI

UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT UJIAN GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA DALAM ILMU EKONOMI KONSENTRASI MANAJEMEN PADA
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

TELAH DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI PADA TANGGAL 14 AGUSTUS 2023
SEPERTI TERTERA DIBAWAH INI
JAKARTA 14 AGUSTUS 2023


Drs. Fauzi Baisvir, MM
PEMBIMBING


Resa Nurlaela Anwar, S.E,
M.M
Penguji I


Dr. Melani Quintania, SE M. Pd
PENGUJI II


Dr. Sukardi, S.E, M.M
(DEKAN FAKULTAS EKONOMI)


Drs. Fauzi Baisvir, M.M
PENGUJI III


Dr. Dian A Rahim, S.E., M.SI
(KETUA PROGRAM STUDI)

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM
(Studi Kasus pada Pengguna Lip Cream Pixy di Jakarta)**

***THE EFEECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE
DECISION FOR PIXY LIP CREAM PRODUTS
(Case Study on Product Lip Cream User in Jakarta)***

Oleh:

Ine Ristiana Aini Putri

2017410105

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 14 Agustus
2023



Drs. Fauzi Baisyir, M.M

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ine Ristiana Aini Putri

NIM : 2017410105

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream (Studi Kasus Pengguna Pixy Lip Ceram di Jakarta) yang dibimbing oleh bapak DRS. Fauzi Baisyir, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Ine Ristiana Aini Putri

ABSTRAK

Nama : Ine Ristiana ini Putri
Nim : 2017410105
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream (Studi Kasus Pengguna Pixy Lip Cream di Jakarta)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada produk Pixy Lipcream di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan Pixy Lipcream 2 kali dalam 1 bulan terakhir. Teknik sampel diambil menggunakan rumus non probability dan teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian: bahwa setelah digunakan olah data menggunakan SPSS 27 menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,669 (66,9%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Diketahui secara positif dan signifikan dilihat dari, nilai signifikansi *Brand Image* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung (3,488) > ttabel (1,985). Artinya, *Brand Image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Selanjutnya, nilai signifikansi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung (13,348) > ttabel (1,985). Artinya, Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : *Brand Image*, harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nama : Ine Ristiana Aini Putri
Nim : 2017410105
Judul Skripsi : *THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE DECISION FOR PIXY LIP CREAM PRODUCTS (Case Study on Product Pixy Lip Cream User in Jakarta)*

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and price on purchasing decisions for Pixy Lipcream products in Jakarta. This research was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 100 respondents who had used Pixy Lipcream 2 times in the last 1 month. The sampling technique uses a non-probability formula and the analysis technique used is descriptive statistics and multiple linear regression. The results of the study: that after processing the data using SPSS 27, it shows that there is a significant influence between brand image and price on purchase decision, namely 0.669 (66.9%) and the rest is influenced by other variables not examined. known positively and significantly seen from the significance value of Brand Image (X1) on Purchase Decision (Y) of $0.001 < 0.05$ and $t_{count} (3.488) > t_{table} (1.985)$. That is, Brand Image (X1) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y). Furthermore, the significance value of Price (X2) on Purchase Decision (Y) is $0.000 < 0.05$ and $t_{count} (13.348) > t_{table} (1.985)$. That is, price (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords : Brand Image, Price and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan Semesta Alam, atas Karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan Salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan Risalah dan Syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas Rahmat Allah SWT, akhirnya penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM** (Studi Kasus Pada Pengguna Pixy Lip Cream di Jakarta) Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Starta-1 (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulisan laporan skripsi ini dimulai dari bulan Januari 2022- Agustus 2022.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan do'a dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membantu dan meluangkan waktunya memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan skripsi ini, sehingga dapat selesai tepat waktu.

3. Bapak Mu'man Nuryana selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dian A Rahim, S.E., M.S selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan. Serta Karyawan, Staff yang telah mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Sahabat Nini, Raudah, Riska, Tito, Yunike, Indah, Rahayu Utami, Sri Damayanti serta semua teman –teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan, doa dan semangatnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada diri saya sendiri yang telah bertahan terus berproses dalam perkuliahan, dan dapat mengerjakan skripsi ini sampai dengan selesai.
8. Kepada produk Pixy Lip Cream yang telah menginspirasi saya dalam membuat penelitian skripsi.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan membangun sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 juli 2023

Ine Ristiana Aini Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	16
1.2.1 Identifikasi Masalah	16
1.2.2 Pembatasan Masalah	17
1.2.3 Perumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Pengertian Manajemen	20
2.1.2 Pengertian Pemasaran	21
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	23
2.1.5 Konsep Pemasaran	24
2.1.6 Bauran Pemasaran	26
2.2 Brand Image	30
2.2.1 Pengertian brand	30
2.2.2 Pengertian image	31
2.2.3 Pengertian brand image	32
2.2.4 Dimensi brand image	33
2.2.5 Faktor yang memengaruhi Brand image	34
2.2.6 Manfaat brand image	35
2.2.7 Hubungan brand image dengan keputusan pembelian	36
2.3 Harga	37
2.3.1 Pengertian harga	37
2.3.2 Penetapan Harga	38
2.3.3 Startegi penentuan harga	38
2.3.4 Dimensi harga	39
2.4 Keputusan pembelian	41
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	41
2.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	41

2.4.3 Tipe – tipe keputusan pembelian	43
2.4.4 Proses keputusan pembelian	45
2.4.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	47
2.5 Penelitian Terdahulu	48
2.6 Kerangka Pemikiran	52
2.7 Hipotesis Penelitian	54
2.8 Paradigma Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Metode yang digunakan	56
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	56
3.3 Operasional Variabel	56
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	62
3.4.1 Sumber Data	62
3.4.2 Cara Penentuan Data	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	67
3.6.1 Uji Keabsahan Data	67
1. Uji Validitas	68
2. Uji Reliabilitas	68
3.6.2 Alat dan analisis data	69
1. Analisis regresi linier berganda	69
2. Analisis koefisien determinasi (R^2)	70
3.6.3 Uji asumsi klasik	71
1. Uji normalitas	71
2. Uji multikolinearitas	71
3. Uji heteroskedastisitas	72
4. Uji autokorelasi	73
3.6.4 Uji hipotesis	74
1. Uji Simultan (Uji F)	75
2. Uji Parsial (Uji t)	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.1.1 Sejarah Pixy	78
4.1.2 Visi dan Misi Pixy	78
4.1.3 Sejarah PT. Mandom	78
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	80
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	89
4.4 Uji Keabsahan Data	119
4.5 Uji Asumsi Klasik	122
4.6 Alat Analisis	126
4.7 Uji Hipotesis	130
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis-jenis Lipstik yang beredar di Indonesia	7
Tabel 1.2 Top Brand Award 2019-2021 Kategori Lipstik	13
Tabel 1.3 Daftar Harga lipstick	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Operasional Variabel	57
Tabel 3.2 Skala Likert	66
Tabel 3.3 Skala Interval	67
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	81
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	82
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	82
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan domisili	83
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan membeli produk pixy dalam 2 bulan	84
Tabel 4.7 Karakteristik berdasarkan rata-rata pengeluaran perbulan untuk membeli produk pixy	85
Tabel 4.8 Karakteristik responden berdasarkan mengetahui produk pixy	86
Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan varian jenis lipstik pixy yang dibeli	87
Tabel 4.10 Karakteristik responden berdasarkan alasan memilih/membeli produk pixy	88
Tabel 4.11 formula pixy lip cream ringan dan mudah diaplikasikan ke bibir	89
Tabel 4.12 Pixy lip cream mempunyai coverage yang baik sehingga dapat menutupi garis hitam di bibir	90
Tabel 4.13 Pixy Lip Cream bisa menjaga kelembaban bibir dengan baik	91
Tabel 4.14 Saya membeli lip cream pixy karena pixy memiliki banyak shade warna	92
Tabel 4.15 saya tertarik untuk membeli pixy lip cream karena packagingnya unik berupa bagian atasnya yang transparan	93
Tabel 4.16 saya membeli pixy lip cream karena warnanya cantik dan menarik...	94
Tabel 4.17 saya selalu puas dengan kualitas yang diberikan oleh pixy	94
Tabel 4.18 saya mudah menemukan produk pixy lip cream dalam Marketplace	96
Tabel 4.19 Pixy lip cream sudah banyak didistribusikan ke kota maupun daerah-daerah di Indonesia	97
Tabel 4.20 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pixy lip cream	98
Tabel 4.21 Pixy lip cream sesuai dengan kualitas lip cream merek lain	99
Tabel 4.22 Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya	100
Tabel 4.23 Pixy lip cream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau	101
Tabel 4.24 Harga pixy lip cream cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan	102

Tabel 4.25 Pixy lip cream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau	103
Tabel 4.26 Saya membeli pixy lip cream karena tidak luntur	104
Tabel 4.27 Saya membeli pixy lip cream karena harganya yang relative murah dibandingkan dengan merek lain yang sejenis	105
Tabel 4.28 Saya membeli pixy lip cream karena sudah dilengkapi dengan (doe foot applicator) yang ramping dan memiliki bulu yang halus	106
Tabel 4.29 Kemasan pada pixy lip cream bernuansa glamor dengan aksen warna hitam	107
Tabel 4.30 Konsumen dapat menemukan merek pixy dengan mudah di pasaran	108
Tabel 4.31 Saya membeli produk pixy lip cream karena mereknya terkenal	109
Tabel 4.32 Saya suka membeli produk pixy lip cream di e-commerce	110
Tabel 4.33 Saya suka membeli produk pixy lip cream di toko langsung	111
Tabel 4.34 Saya suka membeli 2 atau lebih pixy lip cream apabila terdapat harga promosi	112
Tabel 4.35 Saya membeli pixy lip cream sesuai dengan keinginan saya	113
Tabel 4.36 Saya melakukan pembelian kembali pixy lip cream sesuai dengan kebutuhan saya	114
Tabel 4.37 Saya memutuskan pembelian pixy lip cream setelah adanya Promosi	115
Tabel 4.38 Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli pixy lip cream	116
Tabel 4.39 Dalam membeli secara online, biasanya saya melakukan pembayaran transfer bank	117
Tabel 4.40 Saya lebih sering membayar dengan sistem COD atau secara Langsung	118
Tabel 4.41 Hasil uji validitas data	119
Tabel 4.42 Hasil uji reliabilitas brand image	121
Tabel 4.43 Hasil uji reliabilitas harga	121
Tabel 4.44 Hasil uji reliabilitas keputusan pembelian	121
Tabel 4.45 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	123
Tabel 4.46 Hasil uji multikolonieritas	124
Tabel 4.47 Hail uji Autokorelasi	126
Tabel 4.48 Hasil Variabel Penelitian	127
Tabel 4.49 Hasil Korelasi Ganda	128
Tabel 4.50 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 4.51 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	129
Tabel 4.52 Hasil Koefisien Determinasi Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	130
Tabel 4.53 Hasil Parameter Uji F	131
Tabel 4.54 Hasil uji T	132
Tabel 4.55 Pembahasan dan pemecahan masalah	134

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jenis produk kosmetik yang sering digunakan	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan kosmetik di Indonesia	4
Gambar 1.3 Brand Makeup terlaris	5
Gambar 1.4 Shade lipcream pixy	9
Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian	45
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	56
Gambar 4.1 Logo pixy	78
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	122
Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	125



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	143
Lampiran 2 Data Daftar Profil Responden	149
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Brand Image (X1)	159
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Harga (X2)	162
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	165
Lampiran 6 R Tabel	168
Lampiran 7 T Tabel	174
Lampiran 8 F Tabel	179
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Uji Validitas	183
Lampiran 10 Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas	188
Lampiran 11 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik	189
Lampiran 12 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda	191
Lampiran 13 Link dan Bukti Penyebaran Kuesioner	192
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	193

