

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA DI SHOPEE**

SKRIPSI



**Oleh :
Olivia Novitasari Simbolon
200910200**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA DI SHOPEE**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Olivia Novitasari Simbolon
200910200**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Olivia Novitasari Simbolon

NPM : 200910200

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA DI SHOPEE”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah SKRIPSI ini digugurkan dan SKIPRSI yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

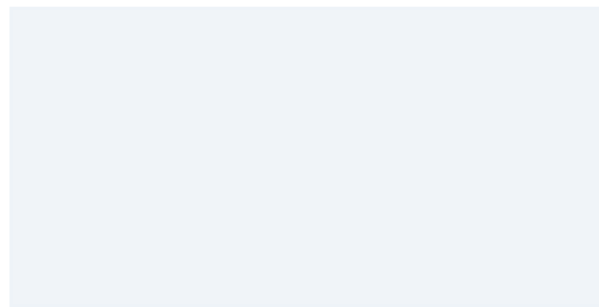
Batam, 18 Juli 2025



Olivia Novitasari Simbolon
200910200

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CITRA DI SHOPEE**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana



Oleh :
Olivia Novitasari Simbolon
200910200

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 18 Juli 2025

Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
Pembimbing



ABSTRAK

Skincare adalah penggunaan produk yang bertujuan untuk merawat kesehatan kulit, memperbaiki penampilan, dan mengatasi berbagai masalah kulit. E-commerce seperti Shopee berperan penting dalam mempermudah pembelian produk *skincare* untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan. Citra merupakan produk kecantikan yang diproduksi oleh Unilever Indonesia yang sudah memiliki popularitas di kalangan masyarakat Indonesia. Citra dikenal sebagai produk *hand & body lotion* yang menggunakan bahan-bahan alami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kewajaran harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Batam dengan periode penelitian dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2025. Jumlah sampel dengan teknik *Lemeshow* sebanyak 100 responden dengan populasi pembeli yang melakukan pembelian produk Citra di Kota Batam melalui aplikasi Shopee, oleh karena itu jenis populasi ini merupakan jenis populasi yang tidak diketahui. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee. Kewajaran harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee. Citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee. Kualitas produk, kewajaran harga dan citra merek berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Citra di Shopee.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Skincare is the use of products aimed at taking care of skin health, improving appearance, and overcoming various skin problems. E-commerce such as Shopee plays an important role in making it easier to buy skincare products to buy products that suit your needs. Citra is a beauty product produced by Unilever Indonesia which already has popularity among the Indonesian people. Citra is known as a hand & body lotion product that uses natural ingredients. This study aims to determine the influence of product quality, price fairness, and brand image on the purchase decision of Citra products on Shopee. This research is a type of quantitative research with the nature of replication research. This study took samples using non-probability sampling techniques by purposive sampling. The research location was conducted in Batam City with a research period from March to August 2025. The sample size with the Lemeshow technique was 100 respondents with a population of buyers who made purchases of Citra products in Batam City through the Shopee application, therefore this type of population is an unknown type of population. The result of this research is that product quality has a positive influence on the purchase decision of Citra products on Shopee. Price reasonableness has a positive influence on the purchase decision of Citra products at Shopee. Brand image has a positive influence on the purchase decision of Citra products on Shopee. Product quality, price fairness and brand image have a positive effect along with the decision to purchase Citra products on Shopee.

Keywords : Product quality, Price fairness, Brand image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis atas berkat dan rahmat-Nya kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu laporan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Citra Di Shopee” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, sebuah kritik dan saran akan diterima penulis dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam sekaligus sebagai Dosen Pembimbing.
2. Bapak Dr. Michael Jibrail Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora
3. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya. Sekian saya sampaikan terima kasih.

Batam, 18 Juli 2025



Olivia Novitasari Simbolon



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR RUMUS.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II PEMBAHASAN	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk	14
2.1.2 Kewajaran Harga.....	17
2.1.3 Citra Merek.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Sifat Penelitian.....	35
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	36
3.3.1 Lokasi Penelitian	36
3.3.2 Periode Penelitian.....	36
Sumber : Peneliti, 2025	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	37
3.4.3 Teknik Sampling	37

3.5	Sumber Data	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	39
3.7	Definisi Operasional Variabel	39
3.7.1	Definisi Variabel Independen	39
3.7.2	Definisi Variabel Dependen	40
3.8	Metode Analisis Data	41
3.8.1	Metode Analisis Deskriptif	41
3.8.2	Uji Kualitas Data	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.4	Uji Pengaruh	44
3.9	Uji Hipotesis	44
3.9.1	Uji T (Parsial)	44
3.9.2	Uji F (Simultan)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	46
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	49
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	49
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kewajaran Harga	50
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	52
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
4.4	Analisis Data	55
4.4.1	Uji Validitas Data	55
4.4.2	Uji Reliabilitas Data	56
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	56
4.4.4	Uji Pengaruh	59
4.5	Uji Hipotesis	61
4.5.1	Uji T	61
4.5.2	Uji F	62
4.6	Pembahasan	63
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.6.2	Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Simpulan	66
5.2	Saran	67
5.2.1	Produsen Produk Citra	67
5.2.2	Konsumen Produk Citra	67
5.2.3	Bagi Peneliti	67
DAFTAR PUSTAKA		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penilaian Penggunaan Produk Citra natural <i>glowing white</i> UV hand and body lotion.....	5
Gambar 1.2 Testimoni Penggunaan Produk Citra natural <i>glowing white</i> UV hand and body lotion.....	6
Gambar 1.3 Tabel Komparasi Brand Tahun 2021-2025.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Grafik Normal P-plot	57
Gambar 4.2 Grafik Histogram	57
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga di Shopee Produk Citra dengan Produk Sejenis Kompetitor.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	36
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Kewajaran Harga.....	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Citra Merek	50
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Penelitian	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Mutlikolinearitas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji T Penelitian	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F Penelitian.....	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. <i>Lemeshow</i>	37
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	41