

**PENGARUH HARGA, BRANDING, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA PROGRAM AFILIATOR DI
TIKTOK SHOP**

(Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Madiun)

SKRIPSI



OLEH:

ANUNG PAMBUDI

NIM. 2003102152

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

**PENGARUH HARGA, BRANDING, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA PROGRAM AFILIATOR DI
TIKTOK SHOP**

(Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Madiun)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Strata I Manajemen

OLEH

ANUNG PAMBUDI

NIM. 2003102152

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Anung Pambudi telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 10 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M
NIDN. 0727107503

Madiun, 10 Juli 2024

Pembimbing II,




Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Anung Pambudi ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Rabu tanggal 17 Juli 2024.

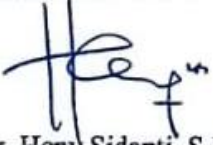
Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802


Sekretaris


Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

Anggota


Dr. Apriyanti, S.E., M.M
NIDN. 0704047305


Anggota


Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M.
NIDN. 0717027501

Anggota



Mengetahui,
Kepala Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Anggita Langgeng W, S.E., M.Si., Ak. C.A
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprosdi S1 Manajemen




Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anung Pambudi
NIM : 2003102152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 20 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Anung Pambudi

NIM. 2003102152

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat 5)

Tidak masalah dari mana kamu berasal yang terpenting adalah ke mana kamu akan pergi dan dengan kemauan seseorang dapat melakukan apa saja.

(Anung Pambudi)

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

Kedua orang tuaku tercinta, yang selalu support dalam hal apapun serta teman-teman yang selalu support dan saya banggakan

Do'a dan dukungan serta motivasi mereka yang membuat segala kemungkinan itu terjadi, hingga pada titik ini saya bisa menyelesaikan skripsi saya. Terima kasih atas apapun yang telah diberikan kepada saya, salam sayang dan

hormatku untuk kalian.

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, penulis ucapkan puji syukur sedalam-dalamnya kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Hara,*Branding*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skincare Skintific Pada Program Afiliator di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Madiun)” dengan tepat waktu. Shalawat serta salam saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Peneliti sangat bersyukur dengan selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Selama penyusunan skripsi ini peneliti mendapat banyak bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si. A.k C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen FakultasEkonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama

penyusunan skripsi hingga skripsi terselesaikan. Terimakasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.

5. Ibu Dr. Apriyanti S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi hingga skripsi terselesaikan. Terimakasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.
6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberi limpahan kasih sayang, perhatian, dukungan, dan do'a yang tak pernah putus untuk penulis untuk diberi kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
8. Teruntuk teman-teman saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih banyak.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 10 Juli 2024



Anung Pambudi
Nim: 2003102152

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	16
A. Kajian Pustaka	16
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Konseptual	48
D. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Tempat dan Waktu Penelitian	62
B. Jadwal Penelitian.....	62
C. Desain Penelitian.....	62
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	64
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	66
F. Teknik Pengumpulan Data.....	69

G. Instrumen Penelitian.....	70
H. Teknik Analisis Data	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Deskripsi Data.....	77
C. Hasil Pengujian Data	89
D. Pembahasan	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
A. Kesimpulan	119
B. Implikasi Penelitian dan Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	127
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	222

DAFTAR TABLE

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	35
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	62
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel Penelitian	68
Tabel 3.3 Skala Likert	71
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	79
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	80
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Harga (X_1).....	81
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Branding (X_2).....	83
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)	84
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Minat Beli (Z)	87
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	88
Tabel 4.11 Nilai Loading Factor dari Hasil Analisa Aplikasi SmartPLS3	92
Tabel 4.12 Uji Discriminatif Validity (AVE).....	93
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.14 Uji Kebaikan Model	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar Produk Kecantikan	1
Gambar 1.2 Besaran Komisi Shopee dan Tiktok.....	3
Gambar 1.3 Beberapa produk yang dimiliki oleh Skintific	5
Gambar 1.4 Perbandingan Harga Skintific dan The Originote	6
Gambar 1.5 Popularitas Skintific dan The Originote.....	7
Gambar 1.6 Penghargaan Skincare Skintific.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 3.1 Desain Penelitian	64
Gambar 4.1 Uji Outer Model	90
Gambar 4.2 Uji Iner Model	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian	128
Lampiran 1. 2 Tabulasi Data	136
Lampiran 1. 3 Hasil Analisis Data	208