

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK MEREK MAYBELLINE DI PT. HERO
SUPERMARKET, TBK. (GUARDIAN PIM PALEMBANG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana

Ekonomi Dan Bisnis



Diajukan Oleh :

**NURLIANA
NPM. 1901110110**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2023**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NURLIANA
Nomor Pokok/NIRM : 1901110110
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK MEREK MAYBELLINE DI
PT. HERO SUPERMARKET, TBK. (GUARDIAN PIM
PALEMBANG)

Pembimbing Proposal:

Tanggal 12 - 04 - 2023 Pembimbing I : Rudi Chairuddin, SE, MP
NIDN: 0202026201

Tanggal 11 - 04 - 2023 Pembimbing II: Umi Hasanah S.E, MM
NIDN: 0220016002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 12 - 04 - 2023



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., AK.CA. CSRS

NIDN: 0205026401

UNIVERSITAS TRIDINANTI

Ketua Program Studi

Tanggal 12 - 04 - 2023

Marivam Zanariah, SE, MM

NIDN: 0222096301

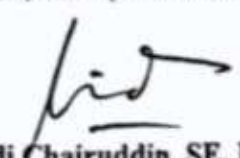
192/PS/DFE/23

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : NURLIANA
Nomor Pokok/NIRM : 1901110110
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK MEREK MAYBELLINE DI
PT. HERO SUPERMARKET, TBK. (GUARDIAN PIM
PALEMBANG)

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 12 - 04 - 2023 Ketua Penguji : 
: Rudi Chairuddin, SE, MP
NIDN: 0202026201


Tanggal 11 - 04 - 2023 Penguji I : 
: Umi Hasanah S.E, MM
NIDN: 0220016002

Tanggal 11 - 04 - 2023 Penguji II : 
: Herman Efrizal S.E, MM
NIDN: 0202066602

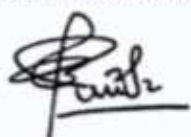
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 12 - 04 - 2023




: Dr. Msy. Mikial, SE, M.SI, AK.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 12 - 04 - 2023


: Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN: 0222096301

182 / PS / DFC / 23 A

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurliana
NPM : 1901110110
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Maret 2023



Nurliana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

. "Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat." – Imam Syafi'i

"Bukanlah ilmu yang seharusnya mendatangimu, tetapi kamulah yang harus mendatangi ilmu itu." – Imam Malik

Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Allah Subhanahu Wa Ta'ala
- Ayah dan ibu tercinta
- Keluarga dan saudara-saudara tersayang
- Almamaterku
- Sahabat dan teman-temanku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline Di Pt. Hero Supermarket, Tbk. (Guardian PIM Palembang)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Tidak dapat di sangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr.Msy.Mikial,SE,M,Si,Ak,CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
5. Ibu Lusia Nargis SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
6. Bapak Rudi Chairuddin, S.E,MP, selaku Dosen Pembimbing I skripsi Universitas Tridinanti.
7. Ibu Umi Hasanah S.E,MM, selaku Dosen Pembimbing II skripsi Universitas Tridinanti.
8. Dosen & Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
9. Ibu Siti Nurhadiyantia selaku Area Manajer Maybelline.
10. Pak Aulia Rahman selaku Area Manajer Guardian PIM Palembang
11. Kepada orang tua kami yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.

12. Teman-Teman saya yang sudah memberikan bantuan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Teman-Teman angkatan 2019 atas dorongan dan motivasi.
14. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan proposal ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Teoritis.....	7
2.1.1 Citra Merek	7
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	7
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi citra merek	7
2.1.1.3 Indikator citra merek.....	8
2.1.2 Harga.....	9
2.1.2.1 Pengertian harga	9
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	9
2.1.2.3 Indikator Harga.....	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	11
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Produk	11
2.1.3.2 Tujuan Kualitas Produk	12

2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	14
2.1.4.3 Struktur Keputusan Pembelian	15
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Berfikir	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.1.1 Tempat Penelitian	21
3.1.2 Waktu Penelitian	21
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.2.1 Sumber Data	22
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Rancangan Penelitian.....	27
3.4.2 Jenis Penelitian.....	27
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	27
3.5.1 Variabel penelitian.....	27
3.5.2 Definisi Operasional	28
3.6 Instrumen Penelitian	30
3.7 Uji Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reabilitas	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.1 Uji Normalitas	31
3.8.2 Uji Multikolinieritas	32
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.9 Teknik Analisis.....	33
3.9.1 Regresi Linier Berganda	33

3.10 Uji Koefisien Korelasi (r)	34
3.11 Uji koefisien Determinasi (R^2)	35
3.12 Uji Hipotesis	35
3.12.1 Uji statistik F (Simultan)	35
3.12.2 Uji statistik t (Parsial)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Hero Supermarket, Tbk. (Guardian Pharmacy)	37
4.2 Karakteristik Responden	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	43
4.3.1 Hasil Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.1 Uji Normalitas	47
4.4.2 Uji Multikolinieritas	48
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.5 Teknik Analisis Data.....	50
4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
4.6 Hasil Teknik Analisis.....	51
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.7 Koefisien Korelasi (r).....	52
4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.9 Uji Hipotesis	55
4.9.1 Uji Simultan (Uji F).....	55
4.9.2 Uji Parsial (Uji t)	56
4.10 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	1
Lampiran.....

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Jumlah Keputusan Kosmetik Maybelline periode 2022.....	24
Tabel 3.3 Variabel dan Definisi operasional.....	29
Tabel 3.4 Skala Likert.....	30
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien R.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.10 Frekuensi Distrubusi Variabel.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R^2).....	54
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F).....	55
Tabel 4.15 Uji Parsial (Uji t).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Guardian PIM.....	39
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49

ABSTRAK

Nurliana, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline di Pt. Hero Supermarket, Tbk. (Guardian PIM Palembang). (Dibawah bimbingan Bapak Rudi Chairuddin,SE,MP dan Ibu Umi Hasanah,SE.MM)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline di Pt. Hero Supermarket Tbk (Guardian PIM Palembang). Sampel penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja produk kosmetik Maybelline di Guardian PIM Palembang berjumlah 95 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan spss 26.0 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Maybelline di Guardian PIM Palembang; 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Maybelline di Guardian PIM Palembang; 3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Maybelline di Guardian PIM Palembang; 4) Citra Merek tidak berpengaruh positif sedangkan Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Maybelline di Guardian PIM Palembang. Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk memiliki kemampuan menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 62,9% dan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk

ABSTRACT

Nurliana, The Effect of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decisions for Maybelline Brand Cosmetics at Pt. Hero Supermarket, Tbk. (Palembang PIM Guardian). (Under the guidance of Mr. Rudi Chairuddin, SE, MP and Mrs. Umi Hasanah, SE.MM)

The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decisions for Maybelline Brand Cosmetics at Pt. Hero Supermarket Tbk (Guardian PIM Palembang). The sample of this research is 95 consumers who shop for Maybelline cosmetic products at Guardian PIM Palembang. Determination of the sample using a slovin sample. The analysis technique used is descriptive analysis method and multiple linear regression analysis using SPSS 26.0 for windows.

The results of this study indicate that: 1) Brand image has a positive and significant effect on Maybelline purchasing decisions at Guardian PIM Palembang; 2) Price has a positive and significant effect on Maybelline purchasing decisions at Guardian PIM Palembang; 3) Product quality has a positive and significant effect on Maybelline purchasing decisions at Guardian PIM Palembang; 4) Brand Image, Price and Product Quality have a positive and significant effect on Maybelline purchasing decisions at Guardian PIM Palembang. Brand Image, Price and Product Quality have the ability to explain their influence on the Purchasing Decision variable by 62.9% and the remaining 37.1% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Brand Image, Price and Product Quality

RIWAYAT HIDUP

NURLIANA , Lahir di Palembang pada tanggal 19 Maret 2000. Anak dari Bapak Yoesef Arianto dan Ibu Nadifa dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Menempuh Sekolah di SD Negeri 250 Palembang, Sekolah Menengah Pertama di SMP Kartika II-I Palembang dan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 6 Palembang. Pada tahun 2019 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Maret 2023

Nurliana

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini banyak bermunculan produk kosmetik yang menawarkan berbagai macam produk tidak hanya produk untuk wanita namun sekarang sudah ada produk untuk pria. Dengan *trend* dan gaya hidup saat ini menjadikan kosmetik menjadi kebutuhan primer bagi sebagian orang, mulai dari remaja hingga dewasa. Bagi kaum hawa (perempuan) berpenampilan cantik dan menarik merupakan hal yang terpenting untuk menunjang kesehariannya, untuk sebagian orang mereka rela menghabiskan uang yang banyak supaya dapat tampil cantik dan menawan sehingga banyak produk kosmetik hadir dengan menawarkan berbagai produk kecantikan yang mereka akui efektif untuk mencerahkan, mengencangkan, menghaluskan, menyamarkan flek hitam dan masih banyak lagi.

Brand lama seperti Maybelline juga melakukan berbagai inovasi untuk dapat bersaing dengan *brand* pendatang baru sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat saat ini . Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu citra merek (*brand image*). Pengaruh citra sebuah merek juga mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik karena setiap konsumen sudah mendapatkan dan merasakan efek dari pemakaian produk kosmetik yang sudah lama ada.

Menurut Kotler (2012) citra merek merupakan persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produk. Menurut Kotler citra merek tidak dapat ditanamkan di benak konsumen hanya dalam semalam. Untuk dapat menanamkan citra sebuah

merek serta dapat diingat konsumen memerlukan waktu yang lama. Namun dengan citra yang sudah di dapatkan oleh sebuah perusahaan tidak semerta-merta menjadikan perusahaan itu tidak melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan zaman.

Harga merupakan salah satu hal yang paling penting agar dapat bersaing dengan kompetitor Menurut Kotler (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat penting karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk kosmetik karena di sisi lain konsumen akan mempertimbangkan untuk harga produk tersebut jika dirasa produk tersebut tidak sesuai dengan *budget* konsumen ia akan memilih produk dengan harga yang lebih murah dari produk lain.

Saat ini banyak bermunculan konten-konten yang menjelaskan dan membandingkan sebuah produk dengan tujuan untuk memberikan informasi produk tersebut atau menjadikan konten tersebut sebagai ajang promosi produk mereka menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menunjukkan manfaat dan fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, kemudahan dan atribut lainnya. Sama seperti produk bukan kosmetik, keputusan dalam membeli juga sangat di pengaruhi oleh kualitas produk tersebut.

Keputusan pembelian konsumen sangat di pengaruhi dari ketiga faktor di atas, konsumen yang baik akan senantiasa teliti dan membandingkan produk satu dengan produk yang lain mulai dari citra merek, harga kualitas produk dan masih banyak yang lainnya. Menurut Sudaryono (2015) keputusan pembelian diawali oleh adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, yang terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu di lakukan evaluasi untuk memperoleh alternatif terbaik.

Guardian Pharmacy Health & Beauty merupakan satu satunya perusahaan *retail pharmacy* bertaraf internasional di Indonesia yang telah beredar di beberapa Negara seperti China dan Hongkong dengan nama Manning, di Singapura, Malaysia, Thailand dan Indonesia dengan nama Guardian di India dengan nama Health and Glow dan Korea dengan nama Olive and Young. Sampai saat ini Guardian Pharmacy Health & Beauty adalah satu satunya perusahaan *retail* farmasi yang tidak hanya berfokus pada kesehatan saja namun juga sangat berfokus kepada kecantikan luar dan dalam melalui produk-produk farmasi, kesehatan dan kecantikan, karena mereka percaya bahwa kecantikan sejati tidak hanya mengenakan make-up. Guardian Pharmacy Health & Beauty berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sehat. Sejak tahun 1990 Guardian Pharmacy Health & Beauty telah menjadi sebuah *retail* farmasi terdepan di Indonesia. Sampai tahun 2008 Guardian Pharmacy Health & Beauty telah membuka 178 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dibawah manajemen PT Hero Supermarket Tbk.

Berikut data penjualan bulan januari-desember 2022 produk Maybelline yang diperoleh dari Guardian PIM Palembang dapat dilihat seperti tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Januari-Desember 2022

No	Bulan	Penjualan
1.	Januari	Rp 45.176.000,-
2.	Februari	Rp 38.592.000,-
3.	Maret	Rp 40.192.000,-
4.	April	Rp 48.522.000,-
5.	Mei	Rp 52.914.000,-
6.	Juni	Rp 47.199.000,-
7.	Juli	Rp 39.042.000,-
8.	Agustus	Rp 45.194.000,-
9.	September	Rp 43.028.000,-
10.	Oktober	Rp 39.130.000,-
11.	November	Rp 38.091.000,-
12.	Desember	Rp 47.827.000,-

Sumber : Diolah oleh peneliti (2022)

Dari tabel diatas dapat dilihat penjualan kosmetik Maybelline mengalami naik turun pada setiap bulannya ,setelah melakukan survei singkat penelitian menemukan beberapa fenomena yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang yaitu produk kosmetik yang mempunyai citra merek yang bagus dapat mempengaruhi tingkat penjualan karena citra merek sangat berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen perbedaan harga yang terjadi antara Guardian dengan toko *retail* lainnya namun produk dan kualitas yang mereka jual sama dengan toko yang menawarkan harga yang lebih murah, beberapa konsumen memilih membeli produk kosmetik Maybelline di *retail* lain.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline di PT. Hero Supermarket, Tbk. (Guardian PIM Palembang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Apakah citra merek, harga dan kualitas produk kosmetik Maybelline berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk kosmetik Maybelline secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang.

2. Untuk mengetahui Pengaruh citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang.
4. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Maybelline pada Guardian PIM Palembang.

1.4 Manfaat penelitian

A. Bagi akademik

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang mempunyai kesamaan variabel atau tempat penelitian.

B. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan di dalam perusahaan.

C. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary dan Philip, Kotler, 2001, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Amstrong, Philip Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*: edisi 1. Airlangga University Press
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko (2012) , *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, Anthony dan Fransisca Andreani. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya". AGORA, Volume 7, Nomor 1.
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi:Denokan Pustaka
- Khofifah, S., & Supriyanto, A. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, Online Customer Review, Celebrity Endorsement Dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Yang Bersertifikat Halal*. Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA), 15(1), 1-13.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Dua
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Belas, Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran, PT. Indeks, Jakarta.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen,
- Malau, Harman (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran*
- Mardiah (2021) *.pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Tahun 2021.*
- Noor, J 2011, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan karya Ilmiah, Kencana Perdana Media Group, Jakarta*
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sapto haryoko.2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. (2022). (n.p.): Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Setianingsih, W. E. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen*. PROSIDING EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL, 1(1).
- Sudaryono, (2015). *"Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus."* Penerbit Andi Yogyakarta

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Suganda, N., Harahap, D. A., & Akbar, M. M. (2022, July). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Nilai Emosional terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Jawa Barat*. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2).
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Non-probability sampling*
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: cv.Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F (2019) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Widyawati, P. H. 2020. *"Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspor Impor Pada Pt. Aman World Logistics*
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. *Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11.