

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE PADA GENERASI Z
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

NANDA NOVA NUR DIANA

21012010259/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE PADA GENERASI Z
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

NANDA NOVA NUR DIANA

21012010259/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE PADA GENERASI Z DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :

NANDA NOVA NUR DIANA

21012010259/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Juli 2025**

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

**Tim Penguji
Ketua**

Dra. Endang Iryanti, M.M.
NIP. 196201081990032001

Pembimbing Pendamping

Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M.
NPT. 20219871010230

Anggota

Daisy Martha Rosyanti, S.E., M.M.
NPT. 21219940327351

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Nova Nur Diana
NPM : 21012010259
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 14 Juli 2025
Yang Membuat pernyataan



Nanda Nova Nur Diana
NPM. 21012010259

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Vaseline Pada Generasi Z di Surabaya”. Penulisan skripsi ini sebagai syarat awal penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, CHRA selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Supriyono, M.M selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
5. Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen pengajar Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama penulis menempuh masa studi.
7. Kedua orang tua penulis, Ibu Masfufah dan Bapak Sumartono yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan mendoakan penulis. Tidak lupa nenek dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
8. Denisa, Tifani, Michelle, selaku teman-teman kuliah sekaligus teman bimbingan penulis serta seluruh teman baik penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Senja, Ingelia, dan Valling, teman-teman yang telah kebersamaan penulis sejak 2014 dan senantiasa memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih membutuhkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Surabaya, 10 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.2 Perilaku Konsumen	23
2.2.3 Kualitas Produk.....	24
2.2.4 <i>Brand Image</i>	26
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.6 Generasi Z.....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4 Kerangka Konseptual.....	34
2.5 Hipotesis	34
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional.....	35
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	39

3.2.1 Populasi Penelitian	39
3.2.2 Sampel Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	42
3.4.2 Cara Kerja PLS	45
3.4.3 Langkah Langkah Penggunaan PLS	46
3.4.4 Asumsi PLS	51
3.4.5 <i>Sample Size</i>	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	56
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	58
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	60
4.3 Analisis Data	62
4.3.1. Evaluasi Uji Outlier.....	62
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	63
4.4 Pembahasan.....	74
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)	3
Gambar 1.2 Penjualan <i>body lotion & butter</i> Tahun 2022 - 2024	4
Gambar 1.3 Konsumen Gen Z di Industri Kosmetik dan Perawatan Tubuh.....	5
Gambar 1.4 <i>Top Players</i> di Industri Kecantikan Global.....	6
Gambar 1.5 Sales Report Unilever 2024.....	7
Gambar 1.6 Pandangan Generasi z terhadap produk Vaseline.....	11
Gambar 1.7 Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Vaseline.....	12
Gambar 1.8 Komentar Negatif Konsumen Tentang Vaseline.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif	44
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	45
Gambar 3.3 Diagram Jalur untuk PLS	47
Gambar 4.1 Logo dan Produk Vaseline	52
Gambar 4.2 Outer Model	70
Gambar 4.3 Output Bootstrapping.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komparasi Top Brand Indeks Vaseline	9
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	39
Tabel 4.1 Komposisi Usia Responden	53
Tabel 4.2 Komposisi Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.3 Komposisi Pekerjaan atau Status Responden	55
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	56
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	58
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.7 <i>Residuals Statistics</i>	63
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i>	64
Tabel 4.9 <i>AVE</i>	65
Tabel 4.10 <i>Cross Loadings</i>	66
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	67
Tabel 4.12 <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 4.13 <i>Latent Variable Correlations</i>	69
Tabel 4.14 <i>R Square</i>	71
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	88
Lampiran 3. Output SmartPLS.....	91

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE PADA GENERASI Z DI SURABAYA

Nanda Nova Nur Diana
21012010259/FEB/EM

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran generasi z untuk merawat kesehatan kulit membuka peluang besar untuk bersaing pada industri kecantikan dan perawatan tubuh. Namun, Vaseline sebagai *brand* yang telah lama menjadi pemain utama justru menghadapi permasalahan mengenai kualitas produk dan *brand image* nya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Vaseline pada Generasi Z di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z di Surabaya sedangkan sampel diambil menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan 105 responden generasi z yang pernah melakukan pembelian Vaseline dan berdomisili di Surabaya. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square (PLS)*, menggunakan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas produk berkontribusi terhadap keputusan pembelian 2) *brand image* berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Sehingga untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Vaseline harus mempertimbangkan kualitas produk dan *brand image* terutama pada kalangan generasi z di Surabaya sebagai segmen utama Vaseline.

Kata Kunci: kualitas produk; *brand image*; keputusan pembelian; generasi z