

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand &
Body Lotion* Marina Di Kota Surabaya**

SKRIPSI



Oleh:

ELSA EVIPANIA BR SEMBIRING

22042010159

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Hand & Body Lotion Marina Di Kota
Surabaya**

Disusun Oleh:

**Elsa Evipania Br Sembiring
NPM. 22042010159**

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



**Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338**

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006**

LEMBAR PENGESAHAN


Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand & Body Lotion Marina Di Kota Surabaya

Disusun Oleh:

Elsa Evipania Br Sembiring
NPM. 22042010159


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 22 Mei 2026

Pembimbing Utama


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Tim Penguji:

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M. Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekertaris


Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elsa Evipania Br Sembiring
NPM : 22042010159
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

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, 21 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Elsa Evipania Br Sembiring
NPM. 2204201159

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis memanjatkan puji kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat, anugrah, dan kasih-Nya yang memungkinkan penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand & Body Lotion Marina Di Kota Surabaya*”**. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai bagian dari persyaratan akademik dalam meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada jenjang Pendidikan tinggi di Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung, penulis menghadapi berbagai tantangan yang tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya partisipan aktif dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih khususnya kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku dosen pembimbing dari penulis yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memotivasi, membimbing, mengarahkan, serta memberikan berbagai saran dan nasihat demi keberhasilan dari skripsi penulis. Penulis juga hendak mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya serta penghargaan yang tinggi kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh Bapak Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan adik penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, nasihat, serta semangat tanpa henti dalam setiap proses akademik yang penulis jalani.
5. Rekan-rekan yang turut membantu dalam memberikan dukungan dan kebersamaan dalam menghadapi berbagai rintangan akademik mulai awal perkuliahan sampai detik ini.

Penulis memahami bahwa karya ini masih memerlukan banyak perbaikan dan belum sempurna, sehingga kritik serta masukan yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan serta pengembangan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis bahwa karya ini dapat memberikan kontribusi bagi pembaca, khususnya dalam bidang pemasaran dan kajian akademik terkait.

Akhir kata, semoga segala bentuk kebaikan dan dukungan yang telah diterima penulis membuahkan balasan yang sepadan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Terima kasih.

Surabaya, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori.....	25
2.2.1 Pemasaran	26
2.2.2 Citra Merek	27
2.2.3 Kualitas Produk.....	32
2.2.4 Persepsi Harga	34
2.2.5 Keputusan Pembelian	37
2.3 Hubungan Antar Variabel	39
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	39
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	40
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	41
2.4 Kerangka Berpikir.....	42
2.5 Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	48
3.2.1 Definisi Operasional	48
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	61
3.3 Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampel	63
3.3.3 Penarikan Sampel	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1 Jenis Data	65
3.4.2 Sumber Data	65
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5 Teknik Analisis Data.....	67
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	67
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	72
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi	74
3.5.5 Uji Hipotesis	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Objek Penelitian	80
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	80
4.1.2 Logo Produk	81
4.1.3 Produk <i>Hand & Body Lotion</i> Marina.....	82
4.2 Penyajian Data	87
4.2.1 Data Responden	87
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	91
4.3 Uji Instrumen Data.....	115
4.3.1 Uji Validitas	115
4.3.2 Uji Reliabilitas	117
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	118

4.4.1 Uji Normalitas.....	118
4.4.2 Uji Multikolinieritas	120
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	121
4.5 Uji Linear Berganda.....	122
4.6 Uji Koefisien Determinasi	123
4.7 Uji Hipotesis	124
4.7.1 Uji F (Pengaruh Secara Simultan)	124
4.7.2 Uji t (Pengaruh Secara Parsial).....	124
4.8 Pembahasan.....	129
4.8.1 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Persepsi Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	129
4.8.2 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	132
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	133
4.8.4 Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	129
BAB V PENUTUP.....	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Sub Kategori Hand & Body Lotion	4
Tabel 1.2 Harga Top Brand Hand & Body Lotion Tahun 2025	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Ringkasan Definisi Operasional.....	55
Tabel 3.2 Skala Likert	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	90
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	90
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk...	91
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	92
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	99
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	106
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	111
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	117
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	119
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Pengaruh Secara Parsial).....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Tentang Kualitas Produk Hand & Body Lotion Marina	10
Gambar 1.2 Ulasan Tentang Kualitas Produk Hand & Body Lotion Marina	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 3.1 Model Analisis Regresi Linear Berganda	74
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	77
Gambar 3.3 Kurva Uji F.....	79
Gambar 4.1 Logo Marina	83
Gambar 4.2 Produk Hand & Body Lotion Marina.....	84
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	120
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	122
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	123
Gambar 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	124
Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	126
Gambar 4.8 Hasil Uji F (Pengaruh Secara Simultan)	131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	142
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden	153
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden	161
Lampiran 4 Uji Instrumen Penelitian.....	176
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	181
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda	182
Lampiran 7 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	183
Lampiran 8 Uji Hipotesis	183
Lampiran 9 Jadwal Penelitian	184
Lampiran 10 Hasil Cek Plagiasi.....	185
Lampiran 11 LoA Jurnal	186

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand & Body Lotion* Marina Di Kota Surabaya

Elsa Evipania Br Sembiring, Maharani Ikaningtyas

Penelitian ini menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina secara parsial dan simultan di Kota Surabaya. Tingginya persaingan industri kosmetik di Indonesia dan fluktuasi preferensi pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina, yang menunjukkan ketidakstabilan konsumen dalam mengambil keputusan. Penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 150 responden, selanjutnya data yang diperoleh diolah menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Surabaya. Secara simultan, ketiga variabel ini juga mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Surabaya. Penelitian ini membuktikan bahwa penguatan citra merek, peningkatan kualitas produk, serta penetapan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen merupakan faktor penting untuk mendorong keputusan pembelian produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Surabaya.

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

ABSTRACT

The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price Perception on Purchase Decisions for *Hand & Body Lotion* Marina Products in Surabaya City

Elsa Evipania Br Sembiring, Maharani Ikaningtyas

This study analyzes the influence of brand image, product quality, and price perception on the purchase decision of *Hand & Body Lotion* Marina products partially and simultaneously in the city of Surabaya. High competition in the cosmetics industry in Indonesia and fluctuations in purchasing preferences for *Hand & Body Lotion* Marina products indicate consumer instability in decision-making. The research used an associative research type with a quantitative approach. Data collection techniques involved questionnaires distributed to 150 respondents, and the data obtained was then processed using multiple linear regression analysis using SPSS software version 25. The results of the analysis show that the variables of brand image, product quality, and price perception have a positive and significant influence on the purchase decision of *Hand & Body Lotion* Marina products in the city of Surabaya. Simultaneously, these three variables also positively and significantly affect the purchase decision of *Hand & Body Lotion* Marina products in the city of Surabaya. This study proves that strengthening brand image, improving product quality, and setting prices in accordance with consumer perception are important factors to encourage purchasing decisions for *Hand & Body Lotion* Marina products in the city of Surabaya.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Decision