

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MASKER SENSI MELALUI MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA GEN Z DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

**CAROLINE
NIM. 207110034
ANGELI
NIM. 207110612**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISION FOR SENSI MASK
PRODUCTS THROUGH PURCHASE INTEREST AS
INTERVENING VARIABLE ON
GEN Z IN MEDAN CITY**

FINAL RESEARCH

By:

CAROLINE

Student Number. 207110034

ANGELI

Student Number. 207110612

**UNIVERSITAS
MIKROS KIL**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSSINESS
UNIVERSITAS MIKROS KIL
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MASKER
SENSI MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA GEN Z DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Mেলengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

CAROLINE
NIM. 207110034
ANGELI
NIM. 207110612

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing


William, S.Kom., M.M.

Medan, 19 Juli 2024
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,



Suci Pertiwi, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 207110034
Nama : Caroline

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Gen Z di Kota Medan
Tempat Penelitian : Kota Medan
Alamat Penelitian : Kota Medan
No. Telp. : 085359535385

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 04 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 207110612
Nama : Angefi

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Gen Z di Kota Medan
Tempat Penelitian : Kota Medan
Alamat Penelitian : Kota Medan
No. Telp. : 081271022713

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 04 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensi melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Gen Z di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, didapatkan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil pengujian menggunakan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli, sedangkan variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli. Namun, Minat Beli mampu memediasi pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk masker Sensi pada Gen Z di Kota Medan. *R-square adjusted* model senilai 0,896 artinya variabel Keputusan Pembelian mampu dijelaskan oleh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk sebesar 89,6%. Sementara sisanya sebesar 10,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun *R-square adjusted* model senilai 0,811 artinya variabel Minat Beli mampu dijelaskan oleh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk sebesar 81,1%. Sementara sisanya sebesar 18,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the impact of brand image, price, and product quality on purchasing decisions for Sensi Mask products among Gen Z in Medan City, using purchase intention as an intervening variable. Through a sample of 100 respondents selected via purposive sampling, the study found that brand image and product quality significantly influence purchasing decisions, while price does not. Price and product quality impact purchase intention, whereas brand image does not. Purchase intention mediates the relationship between brand image, price, and product quality and purchasing decisions for Sensi Mask products among Gen Z in Medan City. The adjusted R-square model indicates that 89,6% of purchasing decisions can be explained by brand image, price, and product quality, with 10,4% influenced by other variables. For purchase intention, 81,1% can be explained by the aforementioned factors, with 18.9% influenced by unexamined variables.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision, Purchase Intention*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensi melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan akademik guna menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, nasihat, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga, baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan, dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga, baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
7. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang memberikan motivasi.

8. Seluruh Dosen dan Staff di Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berguna bagi penulis.
9. Orang tua penulis 1, yaitu Bapak Jon Son dan Ibu Minihati dan orang tua penulis 2, yaitu Bapak Johan dan Ibu Pin Cin yang telah membesarkan, mendidik, dan tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
10. Teman-teman penulis yang sangat dicintai dan dikasihi telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan serta meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Responden penulis, saya ucapkan terimakasih atas waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan, sehingga peneliti dapat mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
13. Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri dan partner yang telah berjuang, bekerja keras, dan bertahan dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai masukan untuk penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 03 Juli 2024

Penulis,

Caroline

Angeli

DAFTAR ISI

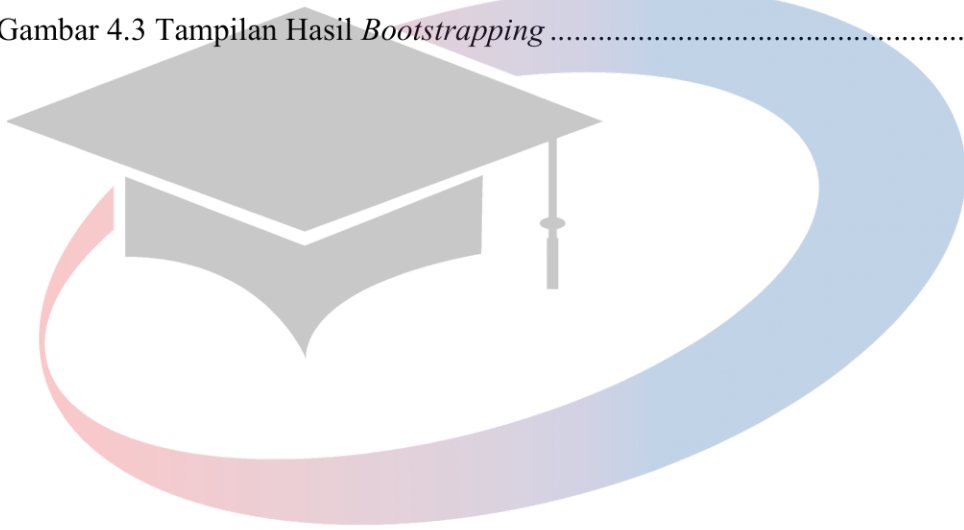
| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Ruang Lingkup | 5 |
| 1.4 Tujuan..... | 6 |
| 1.5 Manfaat..... | 7 |
| 1.6 Originalitas Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1. Pemasaran | 9 |
| 2.1.2. Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.1.3. Minat Beli | 27 |
| 2.1.4. Citra Merek | 30 |
| 2.1.5. Harga..... | 34 |
| 2.1.6. Kualitas Produk | 39 |
| 2.2. Review Penelitian Terdahulu | 42 |
| 2.3. Kerangka Konseptual | 49 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis | 52 |
| 2.4.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 52 |
| 2.4.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 53 |
| 2.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 53 |
| 2.4.4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli | 54 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.5. Pengaruh Harga terhadap Minat beli | 55 |
| 2.4.6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli | 55 |
| 2.4.7. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli | 56 |
| 2.4.8. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli..... | 56 |
| 2.4.9. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli..... | 57 |
| 2.4.10. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian | 57 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 59 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 59 |
| 3.2. Objek Penelitian | 59 |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data | 59 |
| 3.3.1. Kuesioner (Angket) | 60 |
| 3.3.2. Studi Kepustakaan | 60 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 61 |
| 3.4.1. Populasi..... | 61 |
| 3.4.2. Sampel | 61 |
| 3.5. Definisi Operasional Variabel | 62 |
| 3.6. Metode Analisis Data | 64 |
| 3.6.1. Statistik Deskriptif..... | 65 |
| 3.6.2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 65 |
| 3.6.3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 67 |
| 3.6.4. Uji Hipotesis | 67 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 70 |
| 4.1. Hasil Pembahasan..... | 70 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan | 70 |
| 4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner | 72 |
| 4.1.3. Karakteristik Responden..... | 72 |
| 4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif..... | 75 |
| 4.2. Hasil Analisis Data | 78 |
| 4.2.1. Uji Instrumen | 78 |
| 4.2.2. Skema Model PLS | 79 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.3. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 80 |
| 4.2.4. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 84 |
| 4.2.5. Pengujian Hipotesis (<i>Uji Path Coefficient</i>) | 85 |
| 4.3. Pembahasan | 90 |
| 4.3.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 90 |
| 4.3.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 92 |
| 4.3.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 93 |
| 4.3.4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli | 94 |
| 4.3.5. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli | 96 |
| 4.3.6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli | 97 |
| 4.3.7. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian | 98 |
| 4.3.8. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli | 99 |
| 4.3.9. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli..... | 101 |
| 4.3.10. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli..... | 102 |
| BAB V PENUTUP..... | 104 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 104 |
| 5.2. Saran..... | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 106 |
| LAMPIRAN..... | 111 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 136 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Merek Masker yang Paling Diminati oleh Masyarakat Indonesia | 1 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 52 |
| Gambar 3.1 Alur Analisis Pengelompokkan Mediasi..... | 69 |
| Gambar 4.1 Skema Model PLS..... | 79 |
| Gambar 4.2 Hasil <i>Outer Model</i> | 80 |
| Gambar 4.3 Tampilan Hasil <i>Bootstrapping</i> | 86 |



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu | 47 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 60 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 63 |
| Tabel 4.1 Tingkat Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner | 72 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 72 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 73 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal | 73 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 74 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Merek | 75 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Harga | 76 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Produk..... | 76 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 77 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Beli..... | 78 |
| Tabel 4.11 Nilai <i>Loading Factor</i> | 81 |
| Tabel 4.12 Nilai <i>Cross Loading</i> | 82 |
| Tabel 4.13 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 83 |
| Tabel 4.14 Nilai <i>Composite Reliability</i> | 84 |
| Tabel 4.15 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | 84 |
| Tabel 4.16 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)..... | 85 |
| Tabel 4.17 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> | 86 |
| Tabel 4.18 Hasil <i>Output Specific Indirect Effects</i> | 88 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis Minat Beli Memediasi Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... | 90 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Minat Beli Memediasi Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 90 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Minat Beli Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 91 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 111 |
| Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden..... | 117 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif | 127 |
| Lampiran 4 Skema Model <i>Partial Least Square</i> (PLS) 4.0 | 129 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 130 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 134 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis | 135 |



UNIVERSITAS
MIKROSKIL