PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB LAFIYE DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Indah Cahaya Damanik

212611041

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Indah Cahaya Damanik
Nomor Induk Mahasiswa	: 212611041
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	:

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Lafiye Di Kota Bekasi.

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Dr. Sofia Maulida. S.E., MM)

NIDN/NIDK: 0309027801

Dosen Pembimbing

(Banta Karollah, S.E., M.S.M)

NIDN/NIDK: 0120056801

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB LAFIYE DI KOTA BEKASI

OLEH

INDAH CAHAYA DAMANIK

212611041

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 23 Agustus 2025

Ketua Tim Penguji

Dr. Sofia Maulida. S.E., MM

NIDN/NIDK: 0309027801

Anggota Tim Penguji 1

Irvan FC Oentoeng, SE., MM.

NIDN/NIDK: 0411118204

Anggota Tim Penguji 2

Banta Karollah, S.E., M.S.M

NIDN/NIDK: 0120056801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 23 - 08 - 2025

Yang membuat pernyataan

Indah Cahaya Damanik

NIM: 212611041

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama	: Indah Cahaya Damanik
NIM	: 212611041
Perguruan Tinggi	: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi	: Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab di Kota Bekasi", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 04-08-2025

Yang Membuat pernyataan

Indah Cahaya Damanik

212611041

MOTTO

*"*Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: Fa inna ma'al- 'usri yusra, inna ma'al- usri yusra*"*

(QS. Al-Insyirah 94: 5 – 6)

"Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya"

"Live can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life Is about catch and release"

Taylor Swift

*"*Tak perlu kau berhenti kurasi
Ini hanya sementara, bukan ujung dari rencana
Jalanmu kan sepanjang niatmu, simpan tegar dalam hati
Dua sembila kau terus mencari"

Perunggu – 33x

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Lafiye di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lafiye di Kota Bekasi dengan jumlah sample sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan Teknik non probability sampling dengan menggunakan kriteria responden yaitu konsumen hijab lafiye yang pernah melakukan pembelian hijab, komsumen yang berdomisili di Kota Bekasi, dan konsumen yang berusia 17-35 tahun. Hasil Penelitian uji parsial (Uji t) variabel kualitas produk menunjukan hasil signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Citra Merek menunjukan hasil signifikansi 0,013 < 0,05 yang berarti citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, adapun variabel Harga menunjukan hasil signifikansi 0,000 > 0,05 yang berarti berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk uji simultan (uji f) menunjukan hasil signifikansi. 000*b* < 0.05 berarti kualitas produk, citra merek, dan harga secara bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian produk Hijab Lafiye.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Product Quality, Brand Image, and Price on the Purchase Decision of Lafiye Hijab Products in Bekasi City. This study uses a quantitative research design. The population in this study is Lafiye consumers in Bekasi City with a sample of 115 respondents. The sampling technique used a nonprobability sampling technique using the respondent criteria, namely lafiye hijab consumers who had purchased hijab, consumers who lived in Bekasi City, and consumers aged 17-35 years. The results of the research were partial tests (t-test) of product quality variables showing a significance of 0.000 < 0.05 which means that product quality variables have an effect and are significant on the Purchase Decision. The Brand Image variable shows a significance result of 0.013 < 0.05 which means that the brand image is influential and significant on the purchase decision, while the Price variable shows a significance result of 0.000 > 0.05 which means that it is influential and significant on the purchase decision. For the simultaneous test (f-test) showed a significance result .000ƀ of < 0.05 means that product quality, brand image, and price simultaneously affect the purchase decision of Hijab Lafiye products.

Keywords: Quality Products, Brand Image, Price, Puchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Lafiye di Kota Bekasi". Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian Sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Rintangan yang dihadapi begitu banyak yang penulis temui selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT Maha Pemberi Petunjuk, Maha Pengasih, dan Maha Penyayang, serta Nabi Muhammad SAW yang memberikan syafaat kelancaran dalam menyusun skripsi.
2. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang
3. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Helen Irawati Tobing
4. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M. Ikom
5. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Sofia Maulida, SE., MM
6. Dosen Pembimbing Bapak Banta Karollah, S.E,. M.S.M, terima kasih untuk waktu dan segala kesabaran yang telah bapak berikan kepada penulis dalam menyusun skripsi
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana di Tri Bhakti Business School
8. Kepada kedua orang tua penulis, mama dan abi. Terima kasih yang tak terhingga atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti. Terima kasih karena penulis merasa sangat diberkahi karena tumbuh dalam lingkungan yang penuh kasih sayang, tanpa tekanan, dan selalu ditemani dalam setiap proses kehidupan termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat penulis dari Sekolah Dasar yang sudah menjadi seperti keluarga untuk penulis, Diah Nada Syakira. Terima kasih atas dukungan

dan kesetiaan yang tidak pernah putus dari awal hingga akhirnya skripsi ini

10. Kepada sahabat-sahabat penulis sejak masa SMK, Endah, Farha, Iftitah, Suci, Septi, dan Triska. Terima kasih atas semua dukungan, waktu, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis selama ini, terima kasih untuk selalu menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam hal apapun. Kehadiran sahabat penulis memberi arti besar dalam perjalanan penulis hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada sahabat penulis semasa kuliah Safitri dan Siti. Terima Kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kehadiran untuk mendampingi, mendengarkan, dan meyakinkan penulis agar tetap percaya diri dan tidak menyerah. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan penulis sejak menjadi mahasiswa baru hingga akhir, Ajay, Amel, Ulum, Nabila dan Randini. Terima kasih atas semangat, kerja sama, dan kebersamaan yang telah terjalin selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari proses yang tidak akan pernah penulis lupakan.
13. Teman-Teman seperjuangan S1 Manajemen 2021 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terimakasih sudah berjuang bersama. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak terutama di bidang studi Manajemen.

Bekasi, 23 Agustus 2025

Indah Cahaya Damanik
212611041

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN ..... **iv**

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **v**

MOTTO ..... **vi**

ABSTRAK ..... **vii**

ABSTRACT ..... **viii**

KATA PENGANTAR ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Batasan Masalah 8

1.4 Rumusan Masalah 8

1.5 Tujuan Penelitian 9

1.6 Manfaat Penelitian 9

1.7 Sistematika Penelitian 10

BAB II LANDASAN TEORI **11**

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Pemasaran 11

2.1.2 Manajemen Pemasaran....12
2.1.3 Kualitas produk....15
2.1.4 Citra Merek....16
2.1.5 Harga....19
2.1.6 Keputusan Pembelian....25
2.2 Penelitian Terdahulu....28
2.3 Kerangka Penelitian....34
2.4 Hipotesis Penelitian....35
BAB III METODE PENELITIAN....36
3.1 Desain Penelitian....36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran....36
3.2.1 Variabel Dependen (Variabel terikat)....36
3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)....38
3.3 Populasi dan Sampel....44
3.3.1 Populasi....44
3.3.2 Sampel....44
3.4 Sumber Data....46
3.5 Teknik Pengumpulan Data....46
3.6 Teknik Analisis Data....47
3.6.1 Analisis Data Kuantitatif....47
3.6.2 Analisis Deskriptif....48
3.6.3 Uji Instrumen Penelitian....48
3.6.4 Uji Validitas....48
3.6.5 Uji Reliabilitas....48
3.6.6 Uji Asumsi Klasik....49

3.6.7 Analisis Data 50
3.6.8 Uji Hipotesis 51
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL 52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 52
4.1.3 Logo Perusahaan 53
4.1.4 Pilihan Produk Lafiye 53
4.2 Hasil Penelitian 55
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden 55
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif 58
4.2.3 Hasil Uji Instrumen 58
4.2.4 Uji Asumsi Klasik 64
4.2.5 Uji Hipotesis 70
4.2.6 Hasil Tanggapan pada Kuesioner 73
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 79
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Hijab Lafiye di Kota Bekasi 80
4.3.2 Pengaruh Citra Merek pada Keputusan Pembelian Hijab Lafiye di Kota Bekasi 81
4.3.3 Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian Hijab Lafiye di Kota Bekasi 82
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, dan Harga pada Keputusan Pembelian Hijab Lafiye di Kota Bekasi. 83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 84
5.1 Simpulan 84

5.2 Saran 85

DAFTAR PUSTAKA 88

LAMPIRAN 94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Keputusan Pembelian 37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Kualitas Produk.....39
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Citra Merek 40
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Harga.....42
Tabel 3. 5 Skala Likert 47
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....55
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 56
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....57
Tabel 4 5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian 58
Tabel 4 6 Descriptive Statistics.....58
Tabel 4 7 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....60
Tabel 4 8 Uji Validitas Citra Merek (X2) 61
Tabel 4 9 Uji Validitas Variabel Harga (X3) 61
Tabel 4. 10 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....62
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1) 63
Tabel 4. 12 Uji Reliabiliotas Citra Merek (X2) 63
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Variabel Harga (X3) 64
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas.....*65*
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi 66
Tabel 4 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....67
Tabel 4 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 69
Tabel 4 19 Hasil Uji T.....70
Tabel 4 20 Hasil Uji F 71
Tabel 4 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi 72
Tabel 4. 22 Responden Kuesioner Kualitas Produk (X1) 73
Tabel 4 23 Hasil Tanggapan Responden Citra Merek (X2).....75
Tabel 4 24 Hasil Responden Kuesioner Harga (X3).....76

Tabel 4. 25 Hasil Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y) 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunan Internet di Indonesia Tahun 2024 1
Gambar 1. 2 Lafiye Menggunakan Material Tancel Pada Setiap Produknya 4
Gambar 2. 1 Tahapan Keputusan Pembelian 27
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian 34
Gambar 4 1 Logo Lafiye 53
Gambar 4 2 Produk Lafiye 53
Gambar 4 3 Pilihan Produk Lafiye.....54
Gambar 4 4 Uji Normalitas 66
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sccaterplot 68