

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
EMINA DI SHOPEE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Magister Manajemen**



Oleh

**MUTIARA PORISTA KUSUMADEVI
NPM. 072521048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
EMINA DI SHOPEE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Magister Manajemen**



Oleh



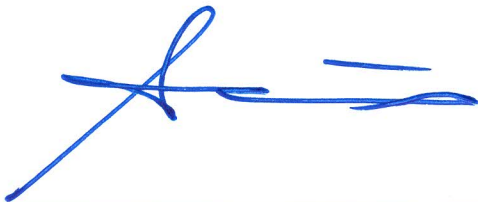

**MUTIARA PORISTA KUSUMADEVI
NPM. 072521048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

MUTIARA PORISTA KUSUMADEVI
NPM. 072521048

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA DI SHOPEE
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
Pembimbing I	Pembimbing II
	
Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip Diposumarto. M.S	Dr. Agus Setyo Pranowo, S.E., MM
NIP/NIK : 8994 940 022	NIP/NIK : 1170 220 905
Tanggal :	Tanggal :
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PANITIAN UJIAN MAGISTER	
Ketua ¹⁾	Sekretaris ²⁾
	
Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardhienata	Dr. Herdiyana, S.E., MM
NIP/NIK : 0994 030 210	NIP/NIK : 1070 402 6441
Tanggal : <u>20/4/2021</u>	Tanggal : <u>20-04-2024</u>
No Registrasi :	
Tanggal Lulus :	

Keterangan:

¹⁾ Dekan Sekolah Pascasarjana

²⁾ Ketua Program Studi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA DI SHOPEE
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**Mutiara Porista Kusumadevi
072521048**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Emina di Shopee melalui citra merek. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif S1 Manajemen Universitas Pakuan yang membeli produk Emina melalui Shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah *Cluster Sampling* dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 178 responden. Teknik Analisis yang digunakan yaitu Statistik Deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM). Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan *software SPSS Versi 22 dan Lisrel 8.80*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (a) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (b) persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (c) kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek (d) persepsi harga berpengaruh terhadap citra merek (e) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian merek (f) kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap citra merek (g) kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian

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

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON
PURCHASING DECISIONS OF EMINA COSMETIC PRODUCTS ON
SHOPEE WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE**

Mutiara Porista Kusumadevi

072521048

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality and price perception on the purchasing decisions of Emina products on Shopee through brand image. The method used in this study was a quantitative approach. The population in this research consisted of active undergraduate students majoring in Management at Pakuan University who purchased Emina products through Shopee. The sampling technique used in the study was Cluster Sampling, and the total number of respondents was 178. The analysis techniques utilized were Descriptive Statistics and Structural Equation Modeling (SEM). Questionnaire data were analyzed using SPSS Version 22 and Lisrel 8.80 software.

The results of this research indicate that (a) product quality affects purchasing decisions (b) price perception affects purchasing decisions (c) product quality affects brand image (d) price perception affects brand image (e) brand image affects brand purchasing decisions (f) product quality and price perception affect brand image (g) product quality, price perception, and brand image affect purchasing

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