



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA PENGGUNA PRODUK
MS GLOW DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

EKA PUJI LESTARI

NIM : 2020-11-637

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA PENGGUNA PRODUK
MS GLOW DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh:

EKA PUJI LESTARI

NIM : 2020-11-637

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA
PRODUK MS GLOW DI KUDUS)**

Nama : Eka Puji Lestari

NIM : 2020-11-637

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)

NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA
PRODUK MS GLOW DI KUDUS)**

Nama : Eka Puji Lestari

NIM : 2020-11-637

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)

NIDN. 0606058801

Mengetahui

Dekan


(Kertaji Kuncekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 5-6)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya kau
harapkan “

(Maudy Ayunda)

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”

(Rachel Vennya)

Persembahan:

1. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan serta cinta kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi kepada penulis

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas seluruh rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Produk Ms Glow Di Kudus)”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya membimbing serta memberikan arahan saya dalam mengerjakan skripsi dengan sabar
5. Agung Subono, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan saya dalam mengerjakan skripsi saya dengan sabar.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Kepada orang tua tercinta, Bapak Suparno dan Ibu Surame yang telah menjadi orang tua terhebat bagi saya. Terima kasih yang tiada terhingga karena selalu memberikan kasih sayang yang tulus, doa yang tak pernah putus, materi, motivasi serta pengorbanan yang membuat penulis selalu bersyukur memiliki keluarga yang luar biasa.
8. Adik tersayang, Angger Bagus Pribadi yang telah menjadi motivasi serta penyemangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua sahabat penulis yang selalu mendukung setiap langkah yang penulis ambil tanpa mengahakimi. Mereka yang selalu paham keadaan dan selalu memberikan dukungan serta mendengar keluh kesah penulis. Terimakasih untuk pemberian semangat yang tak pernah padam. Kita bisa!!
10. Teman teman terbaik yang penulis temui ketika awal perkuliahan sampai menuju akhir, yang selalu mendukung dan menghibur penulis saat mengalami kendala dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. *Last but not least*, diri saya sendiri Eka Puji Lestari. Terima kasih telah berjuang hingga berada di titik ini, bisa mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang ada serta terus pantang menyerah dengan sesulit apapun penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah membuktikan kepada diri sendiri bahwa perjuangan yang didasari oleh keinginan yang kuat serta doa berhak mendapat hasil yang terbaik. Mari lebih kuat dari ini!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Kudus , 2024

Penulis



Eka Puji Lestari

NIM. 202011637

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA
PRODUK MS GLOW DI KUDUS)**

EKA PUJI LESTARI

202011637

Dosen Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M
2. Agung Subono, S.E., M. Si

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Produk Ms Glow di Kudus). Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna produk Ms Glow di Kudus yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu AMOS versi 24.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan minat beli berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, minat beli

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
PURCHASING DECISIONS THROUGH PURCHASE INTEREST AS A
MEDIATION VARIABLE (STUDY ON USERS OF MS GLOW
PRODUCTS IN KUDUS)***

EKA PUJI LESTARI

202011637

Advisor : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M
2. Agung Subono, S.E., M. Si

***MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF EKONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDI PROGRAM***

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the influence of product quality and brand image on purchasing decisions through purchase intention as a mediating variable (a study on users of Ms Glow products in Kudus). The population in this study is the users of Ms Glow products in Kudus, whose exact number is unknown. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a sample of 100 respondents. The data analysis used is AMOS version 24.0. Based on the results of the study, it shows that product quality has a significant positive effect on purchase intention, brand image has a significant positive effect on purchase intention, product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, and purchase intention has a negative and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: product quality, brand image, purchase decision, purchase interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Praktis	11
1.5.2 Manfaat Teoritis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Perilaku Konsumen	12
2.2 Minat Beli	15
2.2.1 Pengertian Minat Beli	15
2.2.2 Indikator Minat Beli	16
2.3 Keputusan Pembelian	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian	18

2.4 Kualitas Produk.....	20
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.5 Citra Merek.....	22
2.5.1 Pengertian Citra Merek	22
2.5.2 Indikator Citra Merek.....	23
2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	24
2.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	24
2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.5.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.8 Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.2.1 Jenis Variabel	34
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	38
3.5 Populasi dan Sampel	39
3.6 Pengumpulan Data	40
3.7 Pengolahan Data.....	40
3.8 Analisis Data	41
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.8.2 Analisis Kuantitatif.....	42
3.8.3 Teknik Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	43
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50

4.1.1 Profil.....	50
4.2 Penyajian Data.....	51
4.2.1 Data Responden Penelitian	51
4.2.2 Tanggapan Responden.....	54
4.3 Uji Instrumen.....	58
4.3.1 Uji <i>Covergent Validity</i>	58
4.3.2 Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
4.3.3 Uji <i>Construct Reliability</i>	59
4.3.4 Uji Normalitas	60
4.4. Analisis Data	62
4.4.1 Analisis Konfirmatori	62
4.5 Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	76
4.6 Uji Hipotesis	79
4.7 Uji Mediasi	81
4.8 Pembahasan	82
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN -LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data penjualan produk Ms Glow di Indonesia	3
Tabel 3. 1 <i>Skala Likert</i>	41
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Presentase Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X1)	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X2)	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Z)	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	58
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 4. 10 Uji <i>Construct Reliability</i>	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 12 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	63
Tabel 4. 13 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	64
Tabel 4. 14 Analisis Konfirmatori Konstruk Eksogen	66
Tabel 4. 15 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen	67
Tabel 4. 16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	68
Tabel 4. 17 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i>	69
Tabel 4. 18 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Model</i> Sebelum Perbaikan	71
Tabel 4. 19 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Model</i> Setelah Perbaikan	73
Tabel 4. 20 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Model Setelah Modification Indices</i>	75
Tabel 4. 21 <i>Regression Weight</i>	76
Tabel 4. 22 <i>Standardized Regression Weights</i>	77
Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi	78
Tabel 4. 24 <i>Regression Weight</i>	79
Tabel 4. 25 Besar <i>Total Effect</i>	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Komentar konsumen pada produk Ms Glow di Shopee	4
Gambar 1. 2 <i>Top Brand Index</i> 2023	5
Gambar 1. 3 Komentar konsumen pada media sosial minat beli Ms Glow	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 4. 1 Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	63
Gambar 4. 2 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	64
Gambar 4. 3 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	67
Gambar 4. 4 Hasil Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i>	69
Gambar 4. 5 Hasil Full Model Sebelum Perbaikan.....	70
Gambar 4. 6 Hasil Full Model Setelah Perbaikan	72
Gambar 4. 7 Hasil Full Model Setelah Perbaikan.....	75