

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN
HAND&BODY LOTION THE BODY SHOP DI E-COMMERCE SHOPEE**

(Survei Pada Konsumen The Body Shop di Kota Bandung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Sidang Skripsi

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Anggun Dian Lestari

214010242



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

2025

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki judul pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen *hand & body lotion* the body shop di *e-commerce* shopee (survei pada konsumen the body shop di Kota Bandung). Tujuan penelitian ini memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen *hand & body lotion* the body shop di *e-commerce* shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan teknik analisis jalur. Pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan observasi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan sampel berjumlah 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli sebesar 50% dan sisanya 50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Besarnya pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 19%. Besarnya pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli 9,2% dan besarnya pengaruh tidak langsung citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebesar 9,275%.

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

ABSTRACT

*This research has the title **The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions through Consumer Buying Interest hand & body lotion the body shop di e-commerce shopee (a survey of the body shop consumers in the city of Bandung)**. The purpose of this study is to obtain empirical evidence regarding the influence of product quality and brand image on purchasing decisions through consumer buying interest hand & body lotion **The Body Shop on Shopee e-commerce**. The research method used is a descriptive and verifiable method with path analysis techniques. The data collection used was questionnaires, interviews and observations. Sampling technique using the formula Lemeshow with a sample of 100 people. The results of this study show that product quality and brand image to buying interest are 50% and the remaining 50% are influenced by other variables that are not studied. The magnitude of the influence of buying interest on purchase decisions is 19%. The indirect influence of product quality on purchase decisions through buying interest was 9.2% and the indirect influence of brand image on purchase decisions through buying interest was 9.275%.*

Keywords: Product Quality, Brand Image, Buying Interest, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta Hidayah-Nya, Sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen *Hand&Body Lotion* The Body Shop di *E-Commerce Shopee*”. Skripsi ini ditulis untuk menuntaskan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Kota Bandung.

Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, arahan, masukan, serta bimbingan dari berbagai pihak pada kesempatan ini penulis berterima kasih kepada Kedua Orang Tua beserta keluarga yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan arahan kepada penulis sampai selesainya penelitian ini sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga berterima kasih kepada Dr. Hj. Ellen Rusliati, SE., MSIE. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta ilmunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis sehingga dengan keterbatasan kemampuan penulis, akhirnya dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini dalam penulisan yang sebaik-baiknya.

Selama proses penelitian ini Penulis menyadari dalam penyusunan penulisan skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki laporan selanjutnya dan dapat dijadikan petunjuk bagi penulis lainnya. Untuk itu saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Azhar Affandi, S.E., M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pasundan Bandung.
2. Dr. H. Juanim, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
3. Dr. Ina Ratniamasih, S.E., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung Juga Sebagai Wali Dosen yang selalu membimbing dan mendukung serta memberikan nasihat yang membangun bagi penyusun.
4. Mochammad Ridwan, SE.,Ak., M.Si., CA., CPA. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung
5. Dr. Endang Rostiana, S.E., M.T. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung
6. Dr. Ardi Gunardi, S.E., CSRS., CSRA., CPF. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung
7. Dr. Erik Syawal Alghifari, S. E., M.M Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

8. Seluruh Dosen dan Staf pengajar Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Akhir kata penulis berharap penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi banyak pihak, sehingga menjadi ladang ibadah dalam memberikan ilmu yang bermanfaat. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandung, September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISIVI

DAFTAR TABEL.....XI

DAFTAR GAMBAR.....XIV

DAFTAR LAMPIRAN XV

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian..... 19

1.3 Rumusan Masalah Penelitian..... 20

1.4 Tujuan Penulisan 21

1.5 Kegunaan Penelitian..... 21

1.5.1 Kegunaan Teoritis 22

1.5.2 Kegunaan Praktis 22

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN.....

DAN HIPOTESIS 23

2.1 Kajian Pustaka 23

2.1.1 Pengertian Manajemen 23

2.1.1.1 Fungsi Manajemen..... 25

2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen 27

2.1.1.3 Manajemen Fungsional 30

2.1.2 Pengertian Pemasaran..... 32

2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran 34

2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)..... 35

2.1.5 Produk..... 39

2.1.5.1 Tingkatan Produk 40

2.1.5.2 Atribut Produk 41

2.1.5.3 Pengertian Kualitas Produk 42

2.1.5.4 Dimensi Kualitas Produk..... 44

2.1.6 Merek (*Brand*) 46

2.1.6.1	Elemen Merek.....	47
2.1.6.2	Manfaat Merek.....	49
2.1.6.3	Citra Merek.....	51
2.1.6.4	Dimensi Citra Merek.....	51
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	52
2.1.7.1	Dimensi Keputusan Pembelian.....	53
2.1.8	Pengertian Minat Beli.....	54
2.1.8.1	Dimensi Minat Beli.....	55
2.1.9	Penelitian Terdahulu.....	56
2.2	Kerangka Pemikiran.....	63
2.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	63
2.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	64
2.2.3	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
2.2.4	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	66
2.2.5	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	67
2.2.6	Paradigma Penelitian.....	68
2.3	Hipotesis Penelitian.....	69
BAB III	METODE PENELITIAN.....	70
3.1	Metode Penelitian.....	70
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	71
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian.....	71
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	74
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	78
3.3.1	Populasi.....	78
3.3.2	Sampel.....	79
3.3.3	Teknik sampling.....	80
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.5	Instrumen Penelitian.....	83
3.5.1	Uji Validitas.....	84
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	85

4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	126
4.1.4.1 Analisis Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk (X1) Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung.....	126
4.1.4.2 Analisis Tanggapan Konsumen Mengenai Citra Merek (X2) Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung	132
4.1.4.3 Analisis Tanggapan Konsumen Mengenai Minat Beli (Y) Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung	137
4.1.4.4 Analisis Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian (Z) Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung.....	144
4.1.5 Besarnya Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian Terhadap Minat Beli <i>Hand & Body Lotion</i> The body shop di Kota Bandung Baik Secara Simultan Maupun Parsial	153
4.1.5.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	154
4.1.5.2 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli	152
4.1.5.2 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	161
4.1.5.3 Pengaruh Langsung.....	169
4.1.5.4 Pengaruh Tidak Langsung	170
4.2 Pembahasan	170
4.2.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	171
4.1.2.1 Pembahasan Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung.....	172
4.1.2.2 Pembahasan Tanggapan Konsumen Mengenai Citra Merek Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung	174
4.1.2.3 Pembahasan Tanggapan Konsumen Minat Beli Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung.....	176

4.1.2.4 Pembahasan Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian Pada Hand & Body Lotion The Body Shop di Kota Bandung.....	179
4.2.2 Pembahasan Analisis Verifikatif	182
4.2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	182
4.2.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	183
4.2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli	184
4.2.2.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	185
4.2.2.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.....	186
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	188
5.1 Kesimpulan.....	188
5.2 Saran.....	189
DAFTAR PUSTAKA	196
DAFTAR LAMPIRAN	202

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1. 1	Top Brand Indeks Tahun 2021 – 2024 Kategori Hand&Body Lotion	6
1. 2	Data Penjualan Produk Perawatan Badan The Body Shop di E-Commerce Shopee 2025	7
1. 3	Hasil Penelitian Pendahuluan Kinerja Pemasaran Produk Hand&BodyLotion The body shop tahun 2025	12
1.4	Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Bauran Pemasaran (4P) Pada produk <i>Hand&Body Lotion</i> The body shop.....	15
2. 1	Elemen-Elemen Merek	48
2. 2	Penelitian Terdahulu.....	57
3. 1	Operasionalisasi Variabel	74
3. 2	Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kelompok Umur 2024	79
3. 3	Karakteristik responden.....	81
3. 4	Tabel Alternatif Jawaban	88
3. 5	Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi	100
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	117
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	118
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	119
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	119
4. 5	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	121
4. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)	122
4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Z)	122
4. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	124
4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	125
4. 10	Tanggapan Konsumen Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Pada Kualitas Produk	126
4. 11	Tanggapan Konsumen Mengenai Dapat Diandalkan Pada Kualitas Produk	127
4. 12	Tanggapan Konsumen Mengenai Pengetahuan Pada Kualitas Produk.....	127
4. 13	Tanggapan Konsumen Mengenai Kesesuaian Produk Pada Kebutuhan	128
4. 14	Tanggapan Konsumen Mengenai Ketahanan Produk	128
4. 15	Tanggapan Konsumen Mengenai Jangka Waktu Kadaluarsa Produk	129
4. 16	Tanggapan Konsumen Mengenai Keunikan Bentuk Pada Produk	129
4. 17	Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk Yang Baik	130
4. 18	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Kualitas Produk .	130
4. 19	Tanggapan Konsumen Mengenai Mengetahui Merek Produk	132
4. 20	Tanggapan Konsumen Mengenai Kepercayaan Pada Produk	133
4. 21	Tanggapan Konsumen Mengenai Produk Terjamin Aman	133
4. 22	Tanggapan Konsumen Mengenai Menggunakan Produk Karena Mengetahui Dari Media sosial	134
4. 23	Tanggapan Konsumen Mengenai Pemenuhan Harapan	134

4. 24	Tanggapan Konsumen Mengenai Manfaat Yang Sesuai	135
4. 25	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Citra Merek	136
4. 26	Tanggapan Konsumen Mengenai Membeli Karena Kualitas	138
4. 27	Tanggapan Konsumen Mengenai Kenyamanan.....	138
4. 28	Tanggapan Konsumen Mengenai Kepercayaan.....	139
4. 29	Tanggapan Konsumen Mengenai Pengetahuan Tentang Merek	139
4. 30	Tanggapan Konsumen Mengenai Produk Mudah Dibeli Dimana Saja.....	140
4. 31	Tanggapan Konsumen Mengenai Harga Terjangkau	140
4. 32	Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas	141
4. 33	Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Sesuai Harapan	141
4. 34	Tanggapan Konsumen Mengenai Promo	142
4. 35	Tanggapan Konsumen Mengenai Sering Membeli Produk.....	142
4. 36	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	143
4. 37	Tanggapan Konsumen Mengenai Pengetahuan Merek	145
4. 38	Tanggapan Konsumen Mengenai Mengenali Merek.....	145
4. 39	Tanggapan Konsumen Mengenai Pemahaman Kegunaan dan Manfaat Produk.....	146
4. 40	Tanggapan Konsumen Mengenai Produk Unggul Dari Merek Lain.....	146
4. 41	Tanggapan Konsumen Mengenai Ketertarikan Untuk Membeli	147
4. 42	Tanggapan Konsumen Mengenai Desain dan Tampilan Produk	147
4. 43	Tanggapan Konsumen Mengenai Memilih Membeli Produk The Body Shop dibandingkan Dengan Merek Lain	148
4. 44	Tanggapan Konsumen Mengenai Kesesuaian	148
4. 45	Tanggapan Konsumen Mengenai Keyakinan	149
4. 46	Tanggapan Konsumen Mengenai Percaya Produk Layak Dibeli.....	149
4. 47	Tanggapan Konsumen Mengenai Niat Untuk Membeli	150
4. 48	Tanggapan Konsumen Mengenai Mempertimbangkan Untuk Membeli ...	150
4. 49	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Minat Beli	151
4. 50	Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur I	155
4. 51	Korelasi Sub Struktur I.....	155
4. 52	Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi.....	156
4. 53	Hasil Koefisien Determinasi Simultan Sub Struktur I	157
4. 54	Hasil Koefisien Determinasi Parsial Sub Struktur I.....	157
4. 55	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial.....	158
4. 56	Hasil Uji F Sub Struktur I.....	159
4. 57	Hasil Uji t Sub Struktur I.....	160
4. 58	Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur II	162
4. 59	Korelasi Sub Struktur II.....	163
4. 60	Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi	164
4. 61	Hasil Koefisien Determinasi Simultan Sub Struktur II.....	164
4. 62	Hasil Koefisien Determinasi Parsial Sub Struktur II	165
4. 63	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial.....	165
4. 64	Hasil Uji F Sub Struktur II	167
4. 65	Hasil Uji t Sub Struktur II.....	168

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1. 1	Pangsa Pasar <i>Beauty</i>	2
1. 2	5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2023	3
1. 3	Produk FMCG yang Paling Banyak Dibeli di E-commerce 2023	4
1. 4	Review Hand&Body Lotion The Body Shop di Marketplace Shopee.....	9
2. 1	Paradigma Penelitian.....	68
3. 1	Garis Kontinum.....	92
3. 2	Metode Analisis Jalur Keseluruhan.....	96
3. 3	Model Persamaan Struktural Pertama	97
3. 4	Model Persamaan Struktural Kedua.....	98
4. 1	Struktur Organisasi Perusahaan	110
4. 2	Logo The Body Shop	113
4. 3	Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk.....	130
4. 4	Garis Kontinum Variabel Citra Merek	135
4. 5	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	142
4. 6	Garis Kontinum Variabel Minat Beli	150
4. 7	Diagram Jalur Keseluruhan	151
4. 8	Hasil Diagram Jalur Struktur I.....	156
4. 9	Model Persamaan Struktural Kedua.....	163
4. 10	Hasil Diagram Jalur Keseluruhan	164

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Surat Keputusan Dekan	199
2	Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi	201
3	Rancangan Kuesioner Penelitian	203
4	Berita Acara Perbaikan Seminar Usulan Penelitian dan Sidang Akhir	209
5	Tabulasi Data	210