

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI SHOPEE PADA
STUDI MAHASISWI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**



Diajukan Oleh:

Andini Deswita Ariani
NPM: 22420071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI SHOPEE PADA
MAHASISWI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh;

Andini Deswita Ariani
NPM: 22420071

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE., MM

Tanggal, 22 Juli 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.

Tanggal, 22 Juli 2026

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI SHOPEE PADA MAHASISWI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

Diajukan oleh;

Andini Deswita Ariani
NPM: 22420071

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Wiwik Herawati, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM



Dwi Indah Mustikorini. SE., MM

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 22 Juli 2026**



Dwi Indah Mustikorini. SE., MM
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 22 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Andini Deswita Ariani
22420071

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Shopee pada mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW., M. SI selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dwi Indah Mustikorini. SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM. selaku Dosen Wali terimakasih atas bimbingan dan bantuannya selama kuliah perkuliahan.
5. Wiwik Herawati, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, mengarahkan,

memberikan saran-saran dan memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, semangat, serta pengorbanan yang tiada henti. Berkat doa dan dukungan mereka, penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini dengan baik. Semoga segala kebaikan, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa.
8. Untuk sahabat penulis yang selalu ada dari awal perkuliahan sampai saat ini Prhyadhetrysna P.Nathasherylla, Fernanda Sheva Enkha Firsty, Nabilatuz Zakiah, Mellisa Nur Ariskho, R.A. Anita Rachma Kaila, Kristina Ayu Wulandari, Nafida Amalia, dan Kinanti Octavierlana Noer Adisty yang selalu memberikan semangat, dukungan dan nasehat selama perkuliahan, semoga pertemanan ini terus berlanjut sampai tua.
9. Kepada sahabat penulis Terry Anggraeni, S. Tr. Kep yang telah setia menemani, mendukung, dan memberikan semangat sejak proses mencari perguruan tinggi, menjalani masa perkuliahan, hingga penulis berhasil menyelesaikan Pendidikan. Dukungan, kebersamaan, serta motivasi yang diberikan menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.

10. Kepada seluruh teman-teman seangkatan Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terima kasih telah memberikan bantuan selama perkuliahan semoga kenangan 4 tahun ini dapat dikenang sampai tua.
11. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Andini Deswita Ariani. Terima kasih karena sudah mampu bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap memilih bangkit meskipun berkali-kali merasa lelah, kecewa, bahkan ingin menyerah. Terima kasih telah menepati janji yang dibuat pada tahun 2022, bahwa perjalanan ini akan diselesaikan pada tahun 2026. Tidak mudah melewati semua proses ini, tetapi nyatanya kamu berhasil sampai di titik ini. Semua air mata, doa, perjuangan, dan rasa sakit yang pernah dirasakan akhirnya terbayarkan. Gelar ini bukan hanya tentang pendidikan, tetapi tentang bukti bahwa seorang perempuan, anak bungsu yang pernah merasa tidak mampu ternyata bisa bertahan dan menyelesaikannya. Berbanggalah pada dirimu sendiri, karena sudah melangkah sejauh ini.

Surabaya, 22 Juli 2026



(Andini Deswita Ariani)

ABSTRAK

Didalam penelitian ini terdapat tujuan yakni mencari tahu pengaruh harga, promosi, serta citra merek akan keputusan pembelian produk Wardah di platform Shopee. Penelitian ini didasarkan pada perkembangan *e-commerce* di yang pesat sehingga mendorong perubahan perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswi sebagai bagian dari generasi digital. Pendekatan kuantitatif dipilih sebagai metode penelitian, serta menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dan kemudian disebarkan kepada mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Purposive sampling dipakai bagai teknik pengambilan sampel dengan 95 orang responden. Selanjutnya data dilaksanakan analisis pada data memakai regresi linear berganda berbantuan SPSS, danjuga melalui uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, dan juga koefisien determinasi (R^2). Hasilnya diperoleh bahwasanya dengan simultan harga, promosi, danjuga citra merek memiliki pengaruh signifikan dengan keputusan pembelian. Secara parsial, harga danjuha citra merek memiliki dampak positif serta signifikan akan keputusan pembelian, kemudian promosi juga menunjukkan pengaruh positif. Temuan didalam penelitian inii menyatakan bahwasanya strategi penetapan harga secara kompetitif, promosi yang efektif seperti *live shopping*, serta citra merek yang kuat dari Wardah mampu menambah keputusan pembelian oleh pembeli.

Kata kunci: Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Shopee, Wardah,

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of price, promotion, and brand image on purchasing decisions for Wardah products on the Shopee platform. This research is based on the rapid development of e-commerce in Indonesia, which has driven changes in consumer behavior, especially among female students as part of the digital generation. A quantitative approach was chosen as the research method, with a questionnaire as the data collection tool, distributed to female students at Wijaya Kusuma University, Surabaya. Purposive sampling was used as a sampling technique with 95 respondents. Next, the data were analyzed using multiple linear regression in SPSS and through validity and reliability tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that price, promotion, and brand image simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Partially, price and brand image have a positive, significant impact on purchasing decisions, and promotions also have a positive influence. The findings in this study state that competitive pricing strategies, effective promotions such as live shopping, and a strong brand image from Wardah can increase purchasing decisions by buyers.

Keywords: *price, promotion, brand image, purchasing decision, Shopee, Wardah,*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Skripsi/Tesis	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1. Perilaku Konsumen	13
2.1.2. Harga	13
2.1.3. Promosi	17
2.1.4. Citra Merek	22
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Hipotesis.....	38
2.4 Kerangka Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	41

3.2.1 Populasi Penelitian.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian.....	42
3.3 Identifikasi Variabel	43
3.3.1. Variabel X (Bebas).....	43
3.3.2 Variabel Y (Terikat).....	43
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.4.1. Harga (X1)	44
3.4.2. Promosi (X2).....	44
3.4.3. Citra Merek (X3).....	45
3.4.4. Keputusan Pembelian (Y)	45
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	46
3.5.1 Jenis Data	46
3.5.2 Sumber Data.....	46
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Validitas.....	49
3.7.2 Uji Reabilitas.....	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.4 Uji Normalitas	50
3.7.5 Uji Multikolinearitas	50
3.7.6 Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.7.7 Uji Regresi Linier Berganda	50
3.7.8 Uji Hipotesis.....	51
3.7.9 Uji F	52
3.7.10 Uji T	52
3.7.11 Koefisien Determinan (R^2).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.2 Deskripsi Karakteristik dan Identitas Responden	55
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	57
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga.....	58

4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	59
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	61
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.4 Hasil Analisis data.....	64
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	64
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	65
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.4 Uji Normalitas.....	66
4.4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.4.7 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	69
4.4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Shopee.....	73
4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Wadah di Shopee.....	74
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Shopee	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan Penelitian	76
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3 Saran Penelitian.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN 1 KUESIONER	82
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	88
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Total Mahasiswi.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Kriteria Responden	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	56
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Nama Fakultas	56
Tabel 4. 5 Kategori Masing-masing Variabel	58
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Harga.....	58
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Promosi	59
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	61
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Heteroskedastisitas	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>E-commerce</i> Paling Sering Diakses Masyarakat Indonesia Periode	1
Gambar 1. 2 Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi dan Subkategori Bedak Muka Tabur Periode 2021-2025.....	3
Gambar 1. 3 Potongan Harga Bedak Tabur Saat <i>Live shopping</i>	4
Gambar 1. 4 <i>Live shopping</i> Brand Wardah.....	6
Gambar 4. 1 Logo Wardah.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	82
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	88
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA.....	99