



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

http://www.stimbudibakki.ac.id

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* MELALUI SHOPEE (STUDI KASUS PADA SISWI KELAS X SMK BISNIS INDONESIA JAKARTA TIMUR)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

**TELI NUR MUCHTIA
41121071**



SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

http://www.stimbudibakki.ac.id

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* MELALUI SHOPEE (STUDI KASUS PADA SISWI KELAS X SMK BISNIS INDONESIA JAKARTA TIMUR)

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Mengikuti Bimbingan Skripsi
Jenjang Pendidikan Strata 1 (satu)*

Disusun Oleh :

**TELI NUR MUCHTIA
41121071**



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Pengaruh kesadaran merek *skincare* skintific terhadap minat beli *online* melalui Shopee pada siswi kelas X SMK Bisnis Indonesia; 2. Pengaruh kualitas produk *skincare* skintific terhadap minat beli *online* melalui Shopee pada siswi kelas X SMK Bisnis Indonesia; 3. Pengaruh kesadaran merek dan kualitas produk *skincare* Skintific terhadap minat beli *online* melalui Shopee pada siswi kelas X SMK Bisnis Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah Siswi SMK Bisnis Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian siswi kelas X SMK Bisnis Indonesia yang berjumlah 105 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Hasil penelitian kesadaran merek terhadap minat beli diketahui mempunyai pengaruh sebesar 22,8%. sedangkan untuk hasil penelitian kualitas produk terhadap minat beli diketahui mempunyai pengaruh sebesar 20,3%. Untuk hasil penelitian kesadaran merek dan kualitas produk terhadap minat beli diketahui mempunyai pengaruh sebesar 30%. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kesadaran merek dan kualitas produk *skincare* Skintific terhadap minat beli *online* melalui Shopee pada siswi kelas X SMK Bisnis Indonesia.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Minat Beli.



ABSTRACT

This study aims to determine: 1. The effect of skintific skincare brand awareness on online purchasing interest through Shopee among female students of class X SMK Bisnis Indonesia; 2. The effect of skintific skincare product quality on online purchasing interest through Shopee among female students of class X SMK Bisnis Indonesia; 3. The effect of brand awareness and product quality of Skintific skincare on online purchasing interest through Shopee among female students of class X SMK Bisnis Indonesia. This type of research is quantitative research. The sample in this study is female students of SMK Bisnis Indonesia. The sample in this study is part of the female students of class X SMK Bisnis Indonesia, totaling 105 respondents. The data collection technique in this study used a questionnaire. The data analysis technique used simple linear regression and multiple linear regression. The results of the study of brand awareness on purchasing interest are known to have an influence of 22.8%. while the results of the study of product quality on purchasing interest are known to have an influence of 20.3%. For the results of the study of brand awareness and product quality on purchasing interest are known to have an influence of 30%. This study shows that there is an influence of brand awareness and the quality of Skintific skincare products on online purchasing interest through Shopee among class X female students of SMK Bisnis Indonesia.

Keywords: Brand Awareness, Product Quality, Purchase Intention.



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : TELI NUR MUCHTIA
NIM : 41121071
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* MELALUI SHOPEE (STUDI KASUS PADA SISWI KELAS X SMK BISNIS INDONESIA JAKARTA TIMUR)

Mengetahui

PEMBIMBING 1

VIVI RISTANTI., SKM., M.M

PEMBIMBING 2

FEBY ARIYANI., S.T., M.M

KETUA PROGRAM STUDI

RITA MARDIANA, S.E., M.M

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PENGESAHAN

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Sidang Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk mengikuti bimbingan skripsi.

Bogor, Agustus 2025

Panitia Penguji	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua,	Rina Fatimah., S.Sos., M.Si., M.M.,	
2. Sekretaris,	Indri Guslina., S.E., M.M.,	
3. Anggota,	Adrian Adha., S.E., M.M.,	

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025



PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Teli Nur Muchtia

Nim : 41121071

Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 26 Juni 2002

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK SKINCARE SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* MELALUI SHOPEE (STUDI KASUS PADA SISWI KELAS X SMK BISNIS INDONESIA JAKARTA TIMUR)

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya tulis orang lain, baik Sebagian maupun keseluruhan. Semua sumber informasi yang saya gunakan dalam penyusunan skripsi ini telah disebutkan secara jelas dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN BUDI BAKTI. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 24 Agustus 2025



Teli
NIM 41121071



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek dan Kualitas Produk *Skincare* Skintific Terhadap Minat Beli Online Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Siswi Kelas X SMK Bisnis Indonesia Jakarta Timur)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) jenjang pendidikan Strata I (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti.

Dalam kesempatan ini, perkenankanlah penulis tidak lupa menyampaikan rasa hormat juga terimakasih kepada :

1. Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
3. Bapak Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
4. Bapak Iqbal, S.E., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
6. Ibu Rita Mardiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
7. Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Bekasi, 24 Agustus 2025



Pemulis

Teli Nur Muchtia

41121071



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Hipotesis	12
1.6 Metodologi Penelitian	13
1.6.1 Metodologi Penelitian	13
1.6.2 Populasi	13
1.6.3 Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.6.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	15
1.7 Penelitian Terdahulu	18
BAB II LANDASAN TEORI	33
2.1 Tinjauan teoritis mengenai Manajemen	33
2.1.1 Teori Manajemen	33
2.1.2 Fungsi Manajemen	33
2.2 Tinjauan Teoritis Tentang Manajemen Pemasaran	34
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	34
2.2.2 Konsep Strategi Pemasaran.....	35
2.2.3 Bauran Pemasaran	36



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

2.2.4 Ruang lingkup pemasaran.....	38
2.2.5 Fungsi Pemasaran.....	38
2.3 Tinjauan Teoritis Tentang Kesadaran Merek (X1).....	38
2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek	38
2.3.2 Manfaat Kesadaran Merek	39
2.3.3 Konsep Kesadaran Merek	40
2.3.4 Tingkatan Kesadaran Merek	40
2.3.5 Indikator Kesadaran Merek.....	41
2.4 Tinjauan Teoritis Tentang Kualitas Produk (X2)	42
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	42
2.4.2 Tingkatan Kualitas Produk	43
2.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	43
2.5 Tinjauan Teoritis Tentang Minat Beli (Y).....	44
2.5.1 Pengertian Minat Beli.....	44
2.5.2 Tujuan Minat Beli	44
2.5.3 Minat Beli Konsumen.....	45
2.5.4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	46
2.5.5 Indikator Minat Beli	47
2.6 Hubungan Antar Variabel	49
2.6.1 Hubungann antar Kesadaraan Merek dan Minat Beli.....	49
2.6.2 Hubungan antar Kualitas Produk dan Minat Beli.....	50
2.6.3 Hubungan antar Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined. 51
2.7 Kerangka Berpikir	51
BAB III OBJEK PENELITIAN	52
3.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	52
3.1.1 Profil Skincare Skintific	52
3.1.2 Profil SMK Bisnis Indonesia	55
3.2 Visi dan Misi Objek Penelitian.....	58
3.2.1 Visi dan Misi Skintific.....	58
3.2.2 Visi dan Misi SMK Bisnis Indonesia	59
3.3 Struktur Organisasi.....	60
3.3.1 Struktur Organisasi PT May Sun Yvan	60
3.3.2 Struktur Organisasi SMK Bisnis Indonesia	61
3.4 Jabaran dan tugas wewenang	61



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

3.4.1 Tugas wewenang dari struktur organisasi PT May Sun Yvan	61
3.4.2 Tugas wewenang dari struktur organisasi SMK Bisnis Indonesia	62
3.5 Kegiatan Usaha Objek Penelitian	68
3.5.1 PT May Sun Yvan (Skintific)	68
3.5.2 SMK Bisnis Indonesia	70
3.6 Pelanggan atau Pemasok Rekanan Objek Penelitian	71
3.6.1 PT May Sun Yvan (Skintific)	71
3.6.2 SMK Bisnis Indonesia	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Hasil Penelitian.....	74
4.1.1 Data Operasional Variabel.....	74
4.1.2 Deskripsi Data.....	80
4.1.3 Identitas Responden	90
4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.1.5 Hasil Pengujian Statistik untuk Uji Hipotesis baik secara simultan dan parsial	93
4.2 Pembahasan.....	99
4.2.1 Pembahasan	99
4.2.2 Temuan Penelitian.....	100
4.2.3 Keterbatasan Penelitian	101
4.2.4 Implikasi penelitian.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Instrumen Kuisioner dalam Bentuk Checklist.....	Error! Bookmark not defined.14
Tabel 1.2 Tabel Skala Model Likert	15
Tabel 1.3 Kategori Interpretasi Koefisien	Error! Bookmark not defined.17
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Data Operasional Kesadaran Merek (X1).....	74
Tabel 4.2 Data Operasional Kualitas Produk (X2)	76
Tabel 4.3 Data Operasional Minat Beli (Y).....	78
Tabel 4.4 Deskripsi Data X1	80
Tabel 4.5 Deskripsi Data X2	83
Tabel 4.6 Deskripsi Data Y	87
Tabel 4.7 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.90
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas X1.....	Error! Bookmark not defined.92
Tabel 4.10 Uji Realibilitas X2	92
Tabel 4.11 Uji Realibilitas Y	92
Tabel 4.12 Coefficient X1 Terhadap Y	Error! Bookmark not defined.93
Tabel 4.13 Model Summary X1 Terhadap Y	Error! Bookmark not defined.94
Tabel 4.14 Coefficients Kualitas Pelayanan (X ₂) Terhadap Y	Error! Bookmark not defined.95
Tabel 4.15 Model Summary X ₂ Terhadap Y	Error! Bookmark not defined.96
Tabel 4.16 Anova Variabel X ₁ dan X ₂ Terhadap Y ...	Error! Bookmark not defined.97
Tabel 4.17 Coefficients Variabel X ₁ dan X ₂ Terhadap Y	97
Tabel 4.18 Model Summary Variabel X ₁ dan X ₂ Terhadap Y	98
Tabel 4.19 temuan penelitian	100



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Brand skincare terlaris di e-commerce 2022	2
Gambar 1.2 Data Penjualan produk 2024	2
Gambar 1.3 Nilai penjualan Skincare Global dan Lokal 2024	3
Gambar 1.4 Perbandingan nilai penjualan dengan jumlah produk 2024	4
Gambar 1.5 Perbandingan brand terlaris di Indonesia 2024	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	51
Gambar 3 1 Logo Skintific	55
Gambar 3.2 Gerbang depan SMK Bisnis Indonesia	56
Gambar 3.3 Gedung SMK Bisnis Indonesia	57
Gambar 3.4 Ruang Kelas SMK Bisnis Indonesia	58
Gambar 3.5 Struktur organisasi PT. May Sun Yvan	60
Gambar 3.6 Struktur Organisasi Smk Bisnis Indonesia	61



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2 Data Mentah Variabel X1	122
Lampiran 3 Data Mentah Variabel X2	125
Lampiran 4 Data Mentah Variabel Y	128
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas X1	131
Lampiran 6 Uji Validitas X2	134
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Y	138
Lampiran 8 Uji Reliabilitas	142
Lampiran 9 Hipotesis 1 (Pengaruh Kesadaran Merek (X1) terhadap Minat Beli (Y))	143
Lampiran 10 Hasil Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli (Y))	144
Lampiran 11 Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Kesadaran Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli (Y))	145
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian	146
Lampiran 13 Surat Perizinan Penelitian	147
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	148