

**ANALISIS CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN *GREEN PRODUCT* GARNIER INDONESIA
OFFICIAL SHOP PADA E-COMMERCE SHOPEE**

DITA INDAH CAHYANI

1702520067



**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
gelar Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

2025

***ANALYSIS OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PURCHASE
DECISION OF GREEN PRODUCT AT GARNIER INDONESIA
OFFICIAL SHOP ON SHOPEE E-COMMERCE***

DITA INDAH CAHYANI

1702520067



Intelligentia - Dignitas

*This thesis is written in partial fulfillment of the requirements for obtaining a Applied
Bachelor's degree at the Faculty of Economics and Business State University of Jakarta*

DIGITAL MARKETING BACHELOR PROGRAM

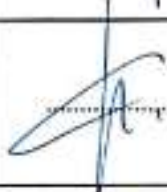
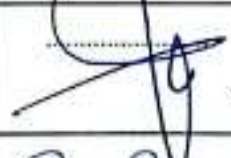
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua)		11 Juli 2025
2	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP. 199308272020122024 (Sekretaris)		11 Juli 2025
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP NIP. 199111022022032013 (Penguji Ahli)		10 Juli 2025
4	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		11 Juli 2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		16 Juli 2025
Nama : Dita Indah Cahyani No. Registrasi : 1702520067 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 2025			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, Juli 2025



Dita Indah Cahyani



LEMBAR PERSETUJUAN

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA UPT
PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama: Dita Indah Cahyani

NIM : 1702520067

Fakultas/Prodi : FE / Pemasaran Digital

Alamat email : ditaindah123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN*

PRODUCT GARNIER INDONESIA OFFICIAL SHOP PADA E-COMMERCE SHOPEE

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,

Penulis

(Dita Indah Cahyani)
nama dan tanda tangan

ABSTRACT

Dita Indah Cahyani, 2025; Analisis Citra Merek, Harga, Dan Keputusan Pembelian Green Product Garnier Indonesia Official Shop Pada E-Commerce Shopee, Program Sarjana Terapan Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing : Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si, Ph.D dan Meta Bara Berutu, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian green product Garnier pada e-commerce Shopee melalui tiga dimensi utama: citra merek, harga, dan keputusan pembelian. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan dan pertumbuhan industri kosmetik yang mendorong permintaan akan produk yang ramah lingkungan. Garnier, sebagai salah satu merek kosmetik global, telah mengusung konsep green product dan memasarkan produknya melalui Shopee, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan secara online kepada 90 responden di wilayah Jabodetabek. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek dan harga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian green product Garnier di Shopee. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku industri kosmetik dalam mengembangkan produk ramah lingkungan dan meningkatkan strategi pemasaran digital.

Kata kunci: *green product*, keputusan pembelian, citra merek, harga, Shopee, *e-commerce*, Garnier

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Dita Indah Cahyani. 1702520067. Analysis Of Brand Image, Price, And Purchase Decision Of Green Product At Garnier Indonesia Official Shop On Shopee E-Commerce. Digital Marketing Bachelor Program Faculty Of Economics And Business State University Of Jakarta. Dosen Pembimbing : Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si, Ph.D dan Meta Bara Berutu, S.E., M.M

This research aims to analyze the purchasing decision of Garnier's green product on Shopee e-commerce through three main dimensions: brand image, price, and purchasing decision. The study is driven by the increasing environmental awareness among consumers and the growth of the cosmetic industry, which has led to a higher demand for eco-friendly products. Garnier, a global cosmetic brand, has embraced the green product concept and marketed its products via Shopee, one of the largest ecommerce platforms in Indonesia. This research uses a quantitative approach with a survey method through online questionnaires distributed to 90 respondents in the Jabodetabek area. Data analysis techniques used include descriptive analysis, validity, and reliability tests. The results show that brand image and price variables play a significant role in influencing the purchasing decisions of Garnier's green products on Shopee. These findings provide strategic implications for cosmetic industry players to develop environmentally friendly products and enhance their digital marketing strategies.

Keywords: green product, purchasing decision, brand image, price, Shopee, ecommerce, Garnier

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya dalam memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun judul dalam penelitian ini yaitu “Analisis Citra Merek, Harga, Dan Keputusan Pembelian *Green Product* Garnier Indonesia Official Shop Pada *E-Commerce* Shopee”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan kontribusi yang baik dalam bentuk dukungan spiritual, moral, maupun material, yang membantu mengatasi tantangan dan mempertahankan semangat hingga skripsi ini dapat diselesaikan, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., selaku Koorprodi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi. Terima kasih banyak atas saran, bimbingan, masukan hingga dukungan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

4. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi.
Terima kasih banyak atas saran, bimbingan, masukan hingga dukungan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
5. Semua Dosen Program Studi Pemasaran Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan, serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses administrasi selama masa perkuliahan ini.
6. Kepada kedua orang tua saya, Ahdes Fuadi, STP., dan Murdiah Hidayati yang selalu memberikan dukungan moral, material dan motivasi yang tiada henti diberikan, yang telah membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
7. Kepada semua saudaraku yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta nasihat yang berharga. Kehadiran kalian selalu menjadi inspirasi dan motivasi peneliti.
8. Kepada seluruh teman seperjuangan saya di prodi Pemasaran Digital, terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, dan motivasinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Dengan hadirnya kalian membuat setiap tantangan yang dihadapi peneliti menjadi lebih ringan dan bersyukur dapat berbagi momen ini dengan kalian semua.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	18
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
3. Proses Keputusan Pembelian	24
4. Dimensi Keputusan Pembelian.....	27
5. <i>Green Product</i>	30
6. Pengertian <i>E-Commerce</i>	34
7. E-Commerce Shopee	36
B. Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian	40
C. Populasi Dan Sampel	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44

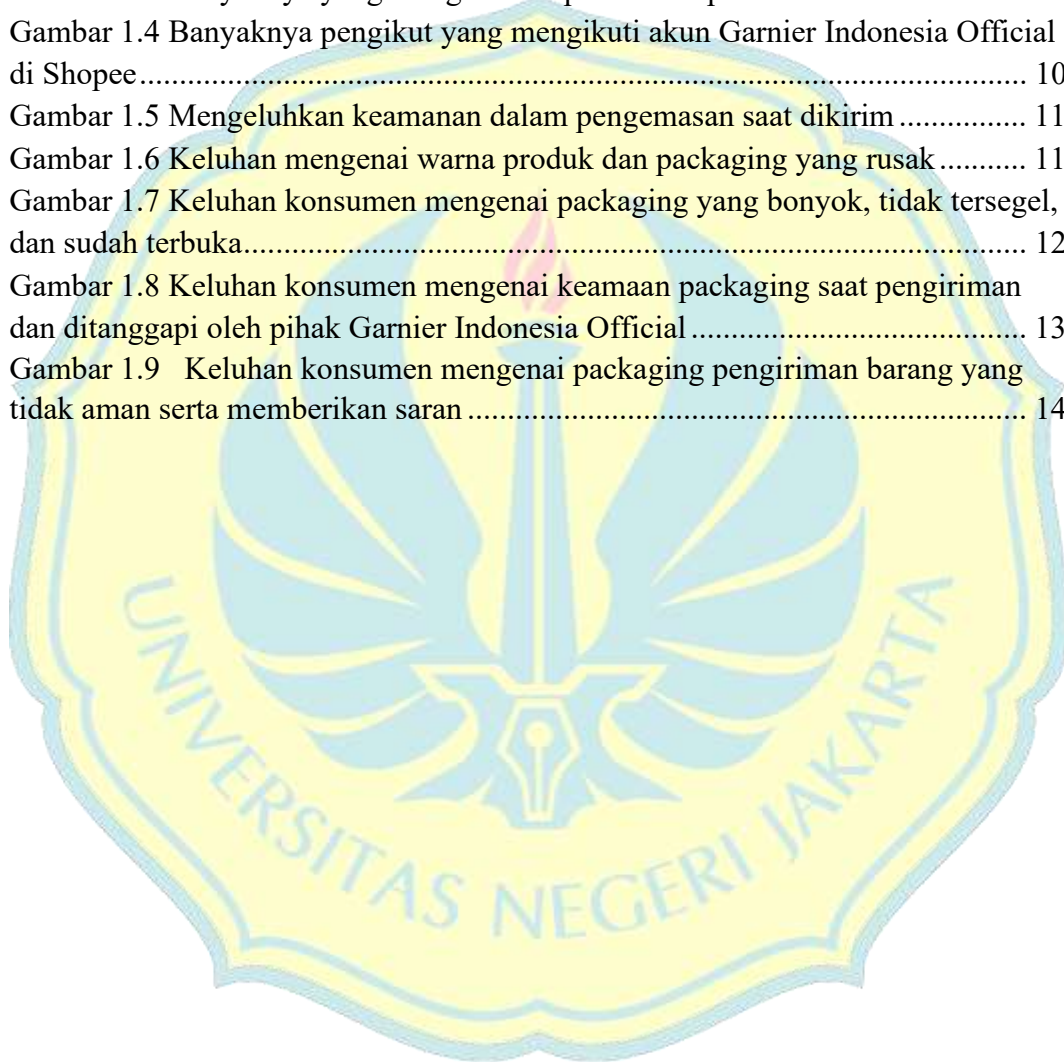
E.	Pengembangan Instrumen	44
F.	Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN		53
A.	Deskripsi Profil Responden.....	53
B.	Uji Instrumen.....	57
1.	Uji Validitas.....	57
2.	Uji Reliabilitas.....	59
C.	Analisis Data Penelitian	60
BAB V PENUTUP.....		65
A.	Kesimpulan	65
B.	Implikasi.....	65
C.	Keterbatasan Penelitian	67
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA		69
DAFTAR LAMPIRAN.....		72



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Garnier yang mengalami perubahan beberapa kali	6
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)	8
Gambar 1.3 Banyaknya yang mengunduh aplikasi Shopee	9
Gambar 1.4 Banyaknya pengikut yang mengikuti akun Garnier Indonesia Official di Shopee	10
Gambar 1.5 Mengeluhkan keamanan dalam pengemasan saat dikirim	11
Gambar 1.6 Keluhan mengenai warna produk dan packaging yang rusak	11
Gambar 1.7 Keluhan konsumen mengenai packaging yang bonyok, tidak tersegel, dan sudah terbuka.....	12
Gambar 1.8 Keluhan konsumen mengenai keamanan packaging saat pengiriman dan ditanggapi oleh pihak Garnier Indonesia Official	13
Gambar 1.9 Keluhan konsumen mengenai packaging pengiriman barang yang tidak aman serta memberikan saran	14



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Likert-type	48
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4.4 Uji Validitas	58
Tabel 4.5 Uji Reabilitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Analisis Variabel Citra Merek.. ..	60
Tabel 4.7 Hasil Analisis Variabel Harga	62
Tabel 4.8 Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian	63

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesoner Penelitian	73
Lampiran 2 Uji Instrumen Penelitian	76



Intelligentia - Dignitas