

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH  
(Studi Kasus pada Konsumen yang Membeli dan Menggunakan Kosmetik  
Wardah bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran”  
Jawa Timur)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH:

YOHANA DWI DILIANA

NPM : 1342010090

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2017

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik**

**Wardah**

(Studi Kasus Pada Konsumen yang menggunakan Kosmetik Wardah bertempat tinggal di

Asrama Putri Bela Negara UPN "Veteran" Jawa Timur)

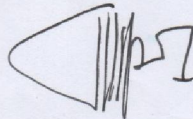
**Disusun Oleh :**

**YOHANA DWI DILIANA**

**NPM : 1342010090**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**



**Dra. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196411021994031001**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH**  
(Studi Kasus Pada Konsumen yang Membeli dan Menggunakan Kosmetik Wardah  
bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN "Veteran" Jawa Timur)


Oleh :

**YOHANA DWI DILIANA**  
NPM. 1342010090

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 20 Januari 2017

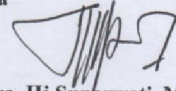
Menyetujui,

**DOSEN PEMBIMBING**

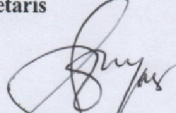
  
**Dra. Hj Suparwati, M.Si**  
NIP. 195507181983022001

**TIM PENGUJI**

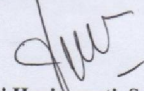
1. Ketua

  
**Dra. Hj Suparwati, M.Si**  
NIP.195507181983022001

2. Sekretaris


  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
NIP. 196503261993092001

3. Anggota

  
**Susi Hariwati, S.Sos, M.Si**  
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,  
**DEKAN**



  
**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
NIP. 196411021994031001

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen yang Membeli dan Menggunakan Kosmetik Wardah bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur).

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Dra.Hj.Suparwati, M.Si selaku dosen pembimbing yang sudah banyak membantu dan menuntun penulis selama pembuatan skripsi ini, serta kepada teman – teman yang memberikan motivasi dan dukungan selama pembuatan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Kepada Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Kepada Ibu Dra. Sonja Andarini M.si Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kepada Seluruh Dosen Pengajar Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kepada Kedua Orang Tua penulis yang telah memberikan doa dan restu serta dukungan baik secara finansial maupun non-finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada seluruh keluarga dan sahabat penulis yang tidak pernah berhenti memberi semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Kepada Yohana Dewi Diliani kembaranku terima kasih banyak karena selalu menemani penulis hingga skripsi ini selesai.

7. Kepada Mas Bayu Dwi Nugroho telah memberikan motivasi, dukungan, semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pemasaran.....	12
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	14
2.2.1.4 Strategi Pemasaran.....	16
2.2.1.5 Bauran Pemasaran.....	17
2.2.2 Produk.....	19
2.2.2.1 Pengertian Produk.....	19
2.2.3 Kualitas Produk.....	19
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	21

2.2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
2.2.4 Harga.....	23
2.2.4.1 Pengertian Harga .....	23
2.2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.2.5.2 Proses Keputusan Membeli .....	27
2.2.5.3 Tahap – tahap dalam Proses Keputusan Membeli .....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data .....	37
3.4 Teknik Analisis Data .....	38
3.4.1 Uji Validitas.....	38
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.4.3 Teknik Analisis .....	39
3.4.3.1 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda .....	39

3.4.4 Teknik Asumsi Klasik .....	40
3.5 Uji Hipotesis.....	43
3.5.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	43
3.5.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	46
4.2 Deskripsi Identitas Responden .....	48
4.2.1 Identifikasi jawaban Responden Berdasarkan Klasifikasi Usia.....	48
4.2.2 Identifikasi jawaban Responden Berdasarkan Klasifikasi Semester...	48
4.2.3 Identifikasi jawaban Responden Berdasarkan Klasifikasi Fakultas....	49
4.3 Penyajian Data .....	50
4.3.1 Diskripsi Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	51
4.3.2 Diskripsi Variabel Harga ( $X_2$ ).....	52
4.3.3 Diskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	54
4.4.1 Uji Validitas .....	54
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	55
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
4.5.1 Asumsi Klasik .....	56
4.5.1.1 Uji Multikolinieritas .....	57
4.5.1.2 Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.5.1.3 Uji Normalitas .....	58
4.5.1.4 Uji Autokorelasi .....	60
4.5.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.6 Pegujian Hipotesis .....	62



4.6.1 Uji F (Uji Simultan).....	63
4.6.2 Uji t (Uji Parsial) .....	64
A. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	65
B. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	66
C. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.7 Pembahasan .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pemberian Penghargaan Top Brand Award .....	5
Tabel 4.1 Identifikasi jawaban Berdasarkan Klasifikasi Usia Responden .....	48
Tabel 4.2 Identifikasi jawaban Berdasarkan Klasifikasi Semester Responden .....	49
Tabel 4.3 Identifikasi jawaban Berdasarkan Klasifikasi Fakultas Responden .....	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden dengan Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden dengan Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden dengan Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Validitas .....	55
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial .....	65
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
Tabel 4.15 Nilai Koefisien korelasi Parsial .....	69
Tabel 4.16 Matriks Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan hipotesis secara simultan.....	64
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	66
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan pada variabel Harga ( $X_2$ ).....	67

## ABSTRAKSI

YOHANA DWI DILIANA. NPM : 1342010090, PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Pada Konsumen yang membeli dan menggunakan Kosmetik Wardah bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur)

Pemasaran termasuk adalah kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan perkembangannya, serta untuk memperoleh keuntungan besar. Pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi, ini berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara keduanya.

Kualitas produk dan harga merupakan bagaian yang paling penting dari kegiatan pemasaran. Kualitas produk dan harga sangat membantu dalam mempertahankan konsumen, karena biaya yang diperlukan untuk mempertahankan kemauan konsumen akan lebih sedikit jika dibandingkan biaya untuk merebut kembali konsumen yang telah hilang atau untuk menarik konsumen yang baru, yang biasanya lebih besar.

Dalam penelitian ini mempunyai variabel bebas Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dengan variabel terikat yaitu keputusan konsumen ( $Y$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau mahasiswi yang bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur. Dengan jumlah sampel seratus responden. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ). Kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan menggunakan uji F. Serta dengan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Dan Keputusan Konsumen ( $Y$ )

## ABSTRACTION

YOHANA DWI DILIANA. NPM: 1342010090, PRODUCT QUALITY AND PRICE EFFECT ON PURCHASE DECISION COSMETICS Wardah (A Case Study Consumers who purchase and use cosmetics Wardah reside in dormitory daughter Bela Country UPN "Veteran" Jawa Timur)

Including marketing is an important activity for the company in order to maintain the continuity of life and its development, as well as to gain huge profits. Marketing is between production and consumption, this means that marketing as a bridge between the two.

Product quality and price are the most important this part of the marketing activities. Product quality and price is very helpful in keeping the consumer, because the costs required to maintain the willingness of consumers to be less than the cost to reclaim consumers who have lost or to attract new customers, which is usually larger.

In this study has a free variable Product Quality (X1), Price (X2), the dependent variable is the consumer decision (Y). The population in this study is consumers or students who reside in the dormitory daughter Bela Negara UPN "Veteran" East Java. With a sample of one hundred respondents. The sampling technique using purposive sampling technique. The data used is primary data, where data collection using questionnaires. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis.

The results showed that the variable quality of the product (X1) and the price (X2). The quality of the product (X1) and the price (X2) simultaneously significantly influence the purchase decision variable (Y) with demonstrated by the acquisition of F count is greater than the F table by using a test based on the F. And with t test showed that the quality of the product (X1 ) and price (X2) partially significant effect on the purchase decision variables.

Keywords: Quality Products (X1), Price (X2), and Consumer Decision (Y)