

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI LARISSA AESTHETIC CENTER SURABAYA
SKRIPSI**



Oleh:

NANI ZAKIYAH

NPM. 1542010019

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2019

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LARISSA
AESTHETIC CENTER SURABAYA**

**Disusun Oleh :
NANI ZAKIYAH
NPM. 1542010019**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**



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

**Mengetahui,
DEKAN**



**Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS.CHRA
NIP. 195907011987031001**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI LARISSA AESTHETIC CENTER SURABAYA**

Oleh :

NANI ZAKIYAH
1542010019

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 12 April 2019

Menyetujui,

PEMBIMBING



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

TIM PENGUJI

1. Ketua



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

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

NANI ZAKIYAH. 1542010019, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya : (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya : (3) pengaruh kualitas produk di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya : (4) pengaruh kualitas pelayanan di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini purposive sampling jumlah 100 responden yang telah membeli dan menggunakan produk dan jasa di Larissa *Aesthetic Center* Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama serta mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa F_{hitung} yaitu dimana nilai F_{hitung} (28,950) $> F_{tabel}$ (2,70) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hasil t_{hitung} (3,489) $> t_{tabel}$ (1,984) maka secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. hasil t_{hitung} (4,616) $> t_{tabel}$ (1,984) secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. hasil t_{hitung} (1,227) $< t_{tabel}$ (1,984) secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

NANI ZAKIYAH. 1542010019. THE EFFECT OD PRICING, QUALITY PRODUCT AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT LARISSA AESTHETIC CENTER SURABAYA.

This study aims to determine: (1) the effect of pricing, quality product and service quality together on purchasing decisions at Larissa Aesthetic Center Surabaya: (2) the effect of pricing on purchasing decisions at Larissa Aesthetic Center Surabaya. (3) the effect of quality product on purchasing decisions Larissa Aesthetic Center Surabaya. (4) the effect of service quality on purchasing decisions Larissa Aesthetic Center Surabaya.

This research method uses in this study was purposive sampling with a sample of 100 respondents who had bought and used products and services at Larissa Aesthetic Center Surabaya. The data analysis technique used is multiple linier regression analysis to find out how much the effect of independent variables on the dependent variable together and find out how much the effect of the independent variables have on individual dependent variables.

Based on the results of this study that f value is where the value of f value (28,950) > f table (2,70) so it can be concluded that the variable pricing, quality product and service quality affect the purchasing decisions. The results of t value (3,489) > t table (1,984) then partially the pricing has a significant effect on purchasing decisions. The results of t value (4,616) > t table (1,984) partially the quality product has a significant effect on purchasing decisions. t value (1,227) < t table (1,984) partically the service quality doest not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : pricing, quality product, service quality and purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Larissa Aesthetic Center Surabaya”**.

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi puji syukur Alhamdulillah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan yang diharapkan. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua Orang Tua tercinta ibu dan bapak penulis yang selalu memberikan dukungan moril maupun materiil, serta memberikan semangat dan doa yang tak henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Nenek Hj. Muslimah dan kakek H. Nuril Anwar yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa kepada penulis dalam penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakak Ziyah , Adik Dimas dan keponakan tersayang Milatul Azkiyah yang selalu menghibur penulis ketika merasa jenuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman kos MA-1F No. 47 yang sudah menemani, menghibur dan memberikan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Pustaka	12

2.2.1 Pemasaran	12
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	14
2.2.1.3 Tujuan Pemasaran	15
2.2.2 Pemasaran Jasa.....	16
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	16
2.2.2.2 Karakteristik Jasa	18
2.2.3 Perilaku Konsumen	19
2.2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	19
2.2.3.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.2.4 Harga.....	27
2.2.4.1 Pengertian Harga.....	27
2.2.4.2 Menetapkan Harga Produk.....	28
2.2.4.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.5 Kualitas Produk.....	30
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.2.5.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.2.6 Kualitas Pelayanan	36
2.2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	36

2.2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	38
2.2.6.3 Hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	39
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	40
2.2.7.1 Konsep Keputusan	40
2.2.7.2 Konsep Pengambilan Keputusan	42
2.2.7.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	43
2.2.7.4 Proses Keputusan Pembelian	44
2.2.7.5 Struktur Keputusan Pembelian.....	47
2.3 Kerangka Berpikir.....	50
3.4 Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operational Dan Pengukuran Variabel	52
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	54
3.3 Populasi Dan Sampel	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel.....	56
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	57

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4.1 Pengumpulan Data	58
3.4.2 Sumber Data.....	58
3.4.3 Jenis Data	58
3.5 Analisis Data	59
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis	66
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	67
3.6.2.1 Uji F	67
3.6.2.2 Uji t	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	71
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	72
4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	73
4.1.4 Logo Perusahaan	73
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	74

4.2 Penyaji Data	75
4.2.1 Karakteristik Responden	75
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.3 Hasil Analisis Jawaban Responden	77
4.3.1 Harga	78
4.3.2 Kualitas Produk	80
4.3.3 Kualitas Pelayanan	82
4.3.4 Kualitas Pembelian	85
4.4 Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	87
4.4.1 Uji Validitas	87
4.4.2 Uji Reliabilitas	91
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	92
4.4.3.1 Uji Normalitas	92
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas	93
4.4.3.3 Uji Heterokedastisitas	94
4.4.3.4 Uji Autokorelasi	95
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	96

4.4.4.1 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	98
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	98
4.4.5.1 Uji F (Simultan)	98
4.4.5.2 Uji t (Parsial).....	100
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	105
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	106
4.5.2.1 Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	106
4.5.2.2 Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	108
4.5.2.3 Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	110
4.5.3 Review Jurnal Penelitian Terdahulu	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar <i>Skin Care</i> di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	50
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	68
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji t)	70
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	73
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	74
Gambar 4.3 Uji Normalitas	92
Gambar 4.4 Uji Multikolinieritas	93
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas	94
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Uji F.....	100
Gambar 4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t Variabel (X_1).....	102
Gambar 4.8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t Variabel (X_2).....	103
Gambar 4.9 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t Variabel (X_3).....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Klinik Kecantikan Terpopuler di Indonesia	2
Tabel 1.2 Penetapan Harga Perawatan Klinik Kecantikan	5
Tabel 1.3 Penetapan Harga Produk Klinik Kecantikan	6
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Durbin-Watson	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Harga	78
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	80
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan.....	82
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan pembelian.....	85
Tabel 4.8 Uji Validitas Harga	88
Tabel 4.9 Uji Validitas Kualitas Produk	88
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	89
Tabel 4.11 Uji Validitas Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	96

Tabel 4.15 Hasil Uji F	99
Tabel 4.16 Hasil Uji t	101
Tabel 4.17 Review Jurnal	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 2 Tanggapan Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Frekuensi

Lampiran 4 Hasil Validitas

Lampiran 5 Hasil Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 8 Hasil Pengujian Hipotesis

Lampiran 9 Tabel perhitungan $SE = 5\%$