

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MS GLOW
(Studi Kasus Pada Konsumen MS Glow di Bekasi Utara)**

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Rijal Abdurahman

201710325241



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow
(Studi Kasus Pada Konsumen MS Glow di Bekasi
Utara)

Nama Mahasiswa : Muhammad Rijal Abdurahman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325241

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow
(Studi Kasus Pada Konsumen MS Glow di Bekasi
Utara)

Nama Mahasiswa : Muhammad Rijal Abdurahman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325241

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN. 0319067606

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908

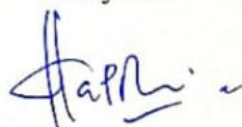
Penguji II : Supriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0020067201



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

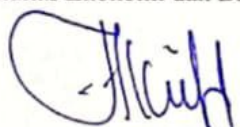


Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN. 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Konsumen MS Glow di Bekasi Utara)”.

Ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dengan karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 16 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rijal Abdurahman

201710325241

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Konsumen MS Glow di Bekasi Utara). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling dengan menggunakan metode Hair yang mana jumlah sampel yang didapatkan sebesar 105 responden. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah seluruh konsumen dan calon konsumen MS Glow di Bekasi Utara. Metode analisis yang dipergunakan adalah metode Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk dan harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions on MS Glow Products (Case Study on MS Glow Consumers in North Bekasi). This type of research is quantitative. The sampling technique used is purposive sampling using the Hair method in which the number of samples obtained is 105 respondents. Techniques Data collection is done by distributing questionnaires. Respondents from this study were all consumers and potential customers of MS Glow in North Bekasi. The analytical method used is the Multiple Linear Regression method. The results of this study indicate that the product quality and price variables simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions, the product quality and price variables partially have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality and Price on Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow secara tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Irijen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CBV, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi ini
5. Kepada kedua orang tua dan keluarga saya serta teman-teman A5 yang telah membantu dan mendukung saya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi yang membutuhkannya.

Jakarta, 16 Juli 2021



Muhammad Rijal Abdurahman
201710325241

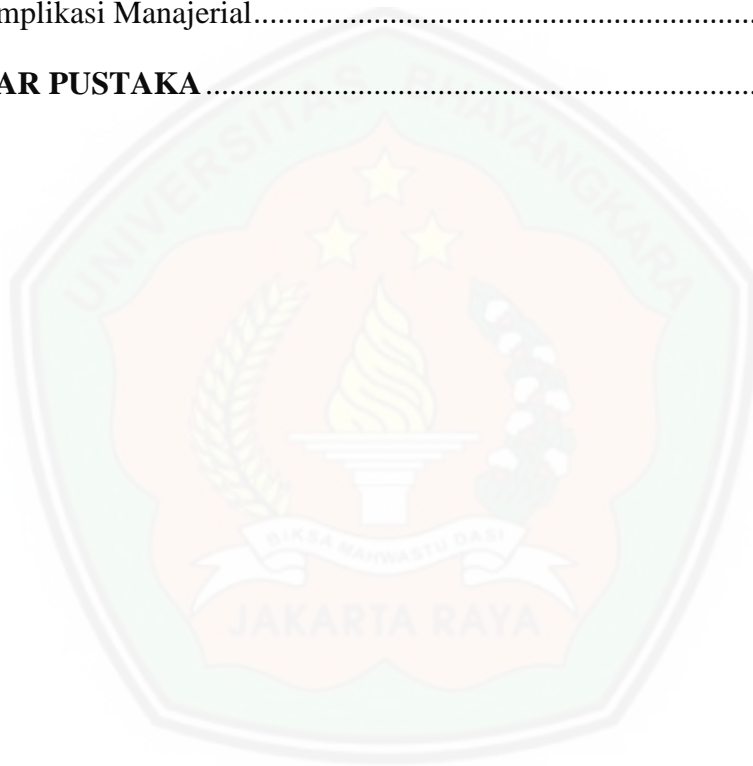
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.3 Kualitas Produk	12
2.3.1 Pengertian kualitas	12
2.3.2 Pengertian produk	14

2.3.3 Pengertian kualitas produk.....	14
2.3.4 Dimensi kualitas produk	15
2.4 Harga	17
2.4.1 Pengertian harga	17
2.4.2 Penetapan harga	18
2.4.3 Indikator Harga.....	20
2.5 Keputusan Pembelian	20
2.5.1 Pengertian keputusan pembelian	20
2.5.2 Proses pengambilan keputusan	21
2.5.3 Dimensi keputusan pembelian	22
2.6 Penelitian Terdahulu.....	23
2.7 Kerangka Teoritis	25
2.8 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Tahap Penelitian	27
3.3 Model Konseptual Penelitian	28
3.3.1 Kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) 29	
3.3.2 Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)	29
3.3.3 Kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)	29
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	30
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.5.1 Waktu penelitian	31
3.5.2 Tempat penelitian	31

3.6 Metode pengambilan sampel.....	31
3.6.1 Populasi.....	31
3.6.2 Sampel	31
3.6.3 Teknik pengambilan sampel	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.8 Metode Analisis Data	33
3.8.1 Uji validitas dan uji realibilitas.....	33
3.8.2 Uji asumsi klasik.....	34
3.8.3 Analisis regresi linier berganda	35
3.8.4 Uji hipotesis	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1 Sejarah perusahaan	38
4.1.2 Profile perusahaan.....	38
4.1.3 Visi dan misi	39
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	39
4.2.1 Identitas responden	39
4.3 Uji Kualitas Data	41
4.3.1 Uji validitas.....	41
4.3.2 Uji reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1 Uji normalitas	44
4.4.2 Uji multikolinieritas	46
4.4.3 Uji heteroskedastisitas	46
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47

4.6 Uji Hipotesis.....	48
4.6.1 Uji koefisien determinasi (R^2)	48
4.6.2 Uji T.....	49
4.6.3 Uji F.....	50
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Implikasi Manajerial.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Merek Kosmetik Pria yang Beredar di Indonesia	3
Tabel 1.2 Merek Kosmetik Wanita yang Beredar di Indonesia	3
Tabel 1.3 Merek dengan <i>rating</i> tertinggi pada kategori Sabun Pembersih Wajah Top Brand Award 2020	5
Tabel 1.4 Perbandingan Harga Sabun Pembersih Wajah	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Produk	42
Tabel 4.6 Uji Validitas Harga	43
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	44
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	25
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas	45
Gambar 4.2 P-Plot Uji Normalitas	46
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	47
Gambar 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	48
Gambar 4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
Gambar 4.6 Hasil Uji T	50
Gambar 4.7 Hasil Uji F	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	
Lampiran 2 Uji Referensi	
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	
Lampiran 4 Data Responden	
Lampiran 5 Uji Validitas	
Lampiran 6 Tabel R	
Lampiran 7 Tabel T	
Lampiran 8 Tabel F	
Lampiran 9 Biodata Diri	