

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI  
TOKO KOSMETIK MULIA PONDOK UNGU PERMAI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**RISA ALVIANI**

**201510325095**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan  
Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Toko Kosmetik Mulia  
Pondok Ungu Permai

Nama mahasiswa : Risa Alviani

Nomor Induk Siswa : 201510325095

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019



NIDN 0329048302

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen produk Kosmetik Wardah di Toko Kosmetik Mulia Pondok Ungu Permai

Nama Mahasiswa : Risa Alviani

Nomer Pokok Mahasiswa : 201510325095

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

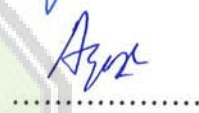
Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin SE, MM  
NIDN 0311116501

Penguji I : Agus Dharmanto SE, MM  
NIDN 0305087310

Penguji II : Hadita, S.Pd.,M.M  
NIDN : 0329048302



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi



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



Dr. Sugeng Suroso, S.E.,M.M.  
NIDN: 0316066201

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Toko Kosmetik Mulia Pondok Ungu Permai**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya 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 di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

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

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama peblikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



METERAI  
TEMPEL  
52605AFF935100012  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Risa Alviani

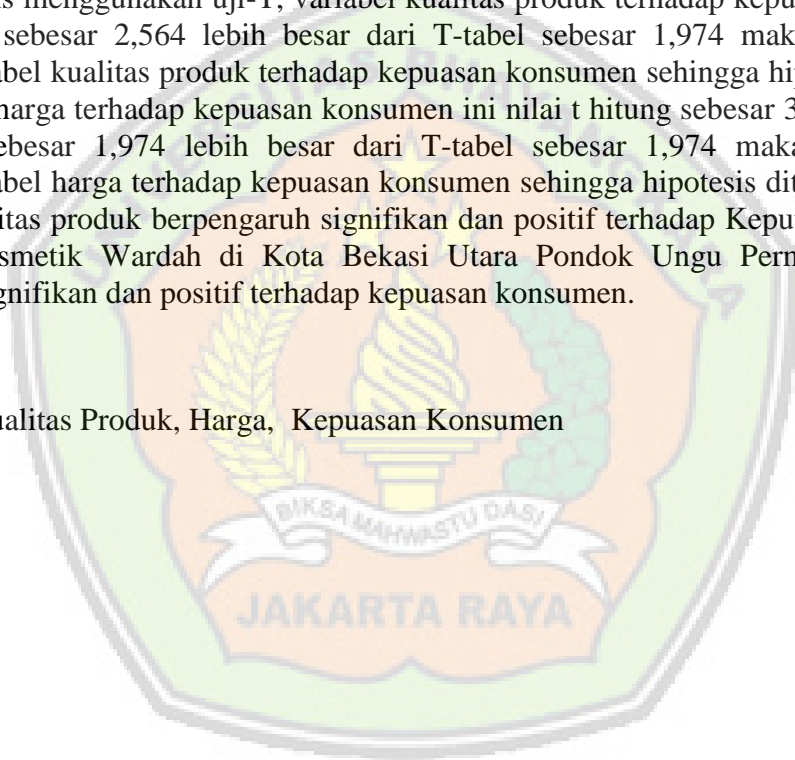
201510325095

## Abstrak

Risa Alviani 201510325095, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Toko Kosmetik Mulia Pondok Ungu Permai .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan Konsumen produk kosmetik Wardah di Kota Bekasi Utara Pondok Ungu Permai. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikan 5% Populasi diambil 285 dan dengan menggunakan teknik pengambilan sample yang digunakan ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin menjadi 166 Responden, yaitu teknik dengan penyebaran kuesioner menjadi sebanyak 166 Responden yang di peroleh dari konsumen yang datang ke Gerai Wardah di Toko Kosmetik Mulia Pondok Ungu Permai Bekasi Utara . Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-T, variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian nilai T-hitung sebesar 2,564 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,974 maka ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima. Uji T-variabel harga terhadap kepuasan konsumen ini nilai t hitung sebesar 3,748 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,974 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,974 maka ada pengaruh signifikan variabel harga terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima . Dan uji-F variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bekasi Utara Pondok Ungu Permai. Dan Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen



## Abstract

*Risa Alviani 201510325095, The Effect of Product Quality and Prices on Consumer Satisfaction in Wardah Cosmetics in Bekasi Utara City Pondok Ungu Permai.*

*This study discusses the importance of products and prices for the decision to buy Wardah cosmetic products in Kota Bekasi Utara Pondok Ungu Permai. This research is quantitative by using the T-test and F-test with a significant level of 5%. The population is taken 285 and by using the sampling technique used this is by using the Slovin formula to be 166 respondents, namely the technique by asking questions as many as 166 respondents answered obtained from consumers who came to Wardah Outlet at Mulia Cosmetic Shop Pondok Ungu Permai, Bekasi Utara. This research is quantitative by using multiple linear analysis and hypothesis testing using the T-test, product quality variables on purchasing decisions T-count value of 2.564 greater than T-table of 1.974, there are significant variables. The price T-test of the purchase decision t value of 3.748 is greater than the T-table of 1.974 greater than the T-table of 1.974, there is a significant effect of the price variable on the expected purchase hypothesis hypothesis. And the F-test of product quality variables is significant and positive for Wardah's Cosmetics Purchasing Decision in Bekasi Utara City Pondok Ungu Permai. And prices are important and positive for purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Prices, Customers Satisfaction*





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka peneliti Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Sugeng Suroso, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E. M.M selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hadita, S.pd .,MM selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Skripsi.
5. Dr. Rorim Panday, M.M, M.T selaku Pembimbing Akademik
6. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan semangat yang tiada hentinya.
7. Raka Yudhianto yang setia menemani saya mengerjakan proposal ini .
8. Teman-Teman yang telah mensupport saya dalam penulisan ini Nia, Anjar,Melinda,dan Mega .

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat mencapai maksud dan tujuan yang diinginkan dan dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 31 Juli 2019

Penulis

Risa Alviani





## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	9
2.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	10
2.3 Kualitas Produk.....	11
2.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	11

2.3.2 Faktor-faktor Kualitas Produk .....	12
2.4 Harga .....	12
2.4.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Harga.....	13
2.4.2 Indikator Harga .....	13
2.5 Penelitian Terdahulu .....	14
2.6 Kerangka Berfikir.....	15
2.7 Hipotesis .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Tahapan Penelitian .....	17
3.3 Model Konseptual .....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian .....	22
3.5.1 Waktu Penelitian.....	22
3.5.2 Tempat Penelitian .....	22
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.7 Populasi dan Sampel .....	23
3.7.1 Populasi.....	23
3.7.2 Sampel .....	23
3.8 Metode Analisis Data.....	24
3.8.1 Uji Validitas .....	24
3.8.2 Uji Realibilitas.....	25
3.8.3 Uji Deskriptif.....	25

3.8.4 Uji Asumsi Klasik .....	25
3.9 Uji hipotesis .....	27
3.9.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T) .....	27
3.9.2 Uji Kelayakan (Uji F).....	28
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Profil Perusahaan Wardah Kosmetik .....	29
4.1.1 Visi Dan Misi Wardah Kosmetik.....	30
4.2 Deskripsi Data .....	30
4.2.1 Penyebaran Kuesioner .....	30
4.3 Analisis Deskriptif Responden.....	31
4.3.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	31
4.3.2 Karakteristik Responden Usia .....	32
4.4 Hasil Dan Analisis Data.....	33
4.4.1 Uji Validitas.....	33
4.4.2 Uji Reabilitas .....	35
4.4.3 Statistik Deskriptif .....	36
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	37
4.5.1 Uji Normalitas.....	37
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	38
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	3
4.5.4 Uji Regresi Linier .....	40

4.6 Uji Hipotesis.....	41
4.6.1 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T) .....	41
4.6.2 Uji Kelayakan (Uji F) .....	43
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
4.7 Hasil Pembahasan .....	44
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Implikasi Manajerial .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Pertumbuhan Penjualan Top Brand Index Kategori Kosmetik tahun 2016 – 2017.....	2
Tabel 1.2 Harga Kosmetik Lipstik 2019.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	20
Tabel 4.1 Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	31
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia Responden.....	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk(X1).....	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga.....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif statistics.....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4.12 Uji Parsial.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	18
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas.....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

