

**PENGARUH VARIASI PRODUK, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK (STUDI KASUS
PADA KONSUMEN PT AULIA CITRA LESTARI BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh:

Muh Raditty Hanif Fatturrohman

202010325311



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk, Kepercayaan
Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Produk Kosmetik (Studi
Kasus Pada Konsumen PT Aulia Citra
Lestari Bekasi)

Nama Mahasiswa : Muh Raditty Hanif Fatturrohman

Nomor Pokok : 202010325311

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Matdio Siahaan, SE, MM

NIDN : 0413047002



Indah Rizki Maulia, S.Psi., MM

NIDN : 0306018201

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk, Kepercayaan
Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian pada Produk Kosmetik (Studi Kasus
Pada Konsumen PT Aulia Citra Lestari Bekasi)

Nama Mahasiswa : Muh Raditty Hanif Fatturrohman

Nomor Pokok : 202010325311

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

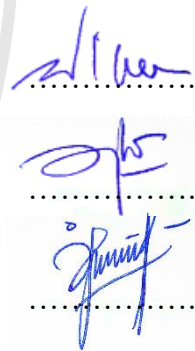
Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM.,
MBA., CMA
NIDN. 0322086605

Sekretaris Tim Penguji : Dodi Kurniawan, S.E., M.M
NIDN. 0319087903

Penguji : Matdio Siahaan, SE.MM
NIDN. 0413047002



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi dengan judul Pengaruh Variasi Produk, Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Konsumen PT Aulia Citra Lestari Bekasi) ini 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian 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 memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 24 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Muh Radittya Hanif Fatturrohman
202010325311

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh data pra survey yang menunjukkan fenomena dimana variasi produk yang di tawarkan PT Aulia Citra lestari belum cukup lengkap, sehingga perusahaan perlu menambah inovasi produk untuk memastikan keberlanjutan kesuksesan penjualan di masa depan. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan dari variabel bebas yaitu variasi produk, kepercayaan konsumen dan harga, variabel terikat keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan purposive sampling dengan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Aulia Citra Lestari dengan sampel 190 responden. Peneliti menggunakan program SPSS versi 25 untuk menguji data pada penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dipaparkan, hasil tes pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t hitung 3.002 dan sig. 0,003, Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai t hitung 2.334 dan sig. 0,021, Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai t hitung 2.961 dan sig. 0,003. Maka artinya secara parsial variabel variasi produk, kepercayaan konsumen dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan pengujian statistik Uji F dari Pengaruh Variasi Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian maka dapat diperoleh nilai F hitung 107,884 > F tabel 2,70 dan sig. 0,000 lebih kecil dari nilai taraf yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Maka artinya secara simultan variabel variasi produk, kepercayaan konsumen dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Variasi produk, kepercayaan konsumen, harga dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research is motivated by pre-survey data which shows a phenomenon where the variety of products offered by PT Aulia Citra Lestari is not complete enough, so the company needs to add product innovation to ensure continued sales success in the future. The research carried out aims to partially and simultaneously determine the independent variables, namely product variety, consumer confidence and price, the dependent variable for purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative method, where this research uses purposive sampling calculations with the Slovin formula. The population in this study were customers of PT Aulia Citra Lestari with a sample of 190 respondents. Researchers used the SPSS version 25 program to test the data in this study. Based on the data processing results presented, the test results of the influence of product variations on purchasing decisions obtained a t value of 3.002 and sig. 0.003, the influence of consumer trust on purchasing decisions obtained a calculated t value of 2.334 and sig. 0.021, the effect of price on purchasing decisions obtained is a calculated t value of 2.961 and sig. 0.003. So this means that partially the variables of product variation, consumer confidence and price have a significant effect on purchasing decisions. Based on statistical testing of the F Test of the Influence of Product Variations, Consumer Trust, and Price on Purchasing Decisions, a calculated F value of 107.884 > F table 2.70 and sig. 0.000 is smaller than the level value used ($\alpha = 0.05$). So this means that simultaneously the variables of product variation, consumer confidence and price have a significant effect on purchasing decisions. Based on the research results, it is known that product variations have a significant positive influence on purchasing decisions, the consumer trust variable has a significant positive influence on purchasing decisions and the price variable has a significant positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Product variety, consumer confidence, price and purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Variasi Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen PT Aulia Citra Lestari Bekasi), sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya II.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Matdio Siahaan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing pertama Skripsi saya, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin.

5. Ibu Indah Rizki Maulia, S.Psi, M.M, selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi saya, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
6. Bapak Bintang Narpati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing akademik yang membantu, mengarahkan, dan memberikan motivasi dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen, yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang berperan penting dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Staff Fakultas Ekonomi dan Karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Kedua orang tua dan adik saya. Ayah, Ibu terimakasih telah memberikan segalanya serta pengorbanan dan selalu memberikan semangat serta senantiasa mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
10. Keluarga besar saya yang memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
11. Teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan, waktu, tenaga maupun pikiran untuk penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
12. Seluruh karyawan PT Aulia Citra Lestari yang selalu memberikan bantuan kepada peneliti sampai penelitian ini selesai.
13. Semua pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.



Jakarta, 24 Juli 2024

Muh Radittya Hanif Fatturrohman

202010325311

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	8
1. 3 Tujuan Penelitian.....	8
1. 4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1. 5 Sistematika Tugas Akhir	10
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Variasi Produk	12
2.1.1 Pengertian Variasi Produk.....	12
2.1.2 Indikator Variasi Produk	13
2.2 Kepercayaan Konsumen	13
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	13
2.2.2 Indikator Kepercayaan Konsumen	15
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	15
2.3 Harga	16

2.3.1	Pengertian Harga	16
2.3.2	Indikator Harga	17
2.3.3	Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	18
2.4	Keputusan Pembelian	20
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian	21
2.5	Telaah Empiris.....	21
2.6	Kerangka Konseptual	25
2.7	Hipotesis	26
2.7.1	Pengaruh Varian produk terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7.2	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	28
2.7.4	Pengaruh Variasi Produk, Kepercayaan Konsumen dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3. 1	Desain Penelitian	31
3. 1.1	Teknik pengumpulan Data	31
3. 2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi Penelitian	32
3.2.2	Sampel Penelitian.....	32
3. 3	Jenis dan Sumber Data	34
3. 4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	34
3. 5	Metode Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	37
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1.1	Uji Validitas.....	37
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	37
3.5.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.1.4	Uji Normalitas.....	38
3.5.1.5	Uji Multikolinieritas	38
3.5.1.6	Uji Heteroskedastisitas	39
3.5.1.7	Uji Hipotesis	39

3.5.1.8	Uji t (Signifikan)	39
3.5.1.9	Uji F (Anova)	40
3.5.1.10	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	41
BAB IV		42
HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Objek	42
4.1.1	Visi dan Moto Perusahaan	43
4.1.2	Logo perusahaan	43
4.2	Deskripsi Data	44
4.2.1	Penyebaran dan pengumpulan data kuesioner	44
4.2.2	Identitas Responden	44
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
4.3.1	Uji validitas	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.4	Uji Asumsi Klasik	47
4.4.1	Uji Normalitas	47
4.4.2	Uji Multikolinieritas	48
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	50
4.5	Uji Hipotesis	51
4.5.1	Uji t	51
4.5.2	Uji F	53
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54
4.5.4	Uji Regresi Linear Berganda	55
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V		60
PENUTUP		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Keputusan Pembelian pada PT Aulia Citra Lestari	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pembelian.....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas 1	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.6 Hasil Uji t	51
Tabel 4.7 Hasil Uji F	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil PT Aulia Citra Lestari (ACL)	2
Gambar 1.2 Rekap Omzet PT Aulia Citra Lestari Tahun 2023	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Logo PT Aulia Citra Lestari	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P. Plots	48
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	68
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi.....	70
Lampiran 3 Surat Permohonan Riset	79
Lampiran 4 Surat Balasan Izin Penelitian.....	80
Lampiran 5 Lembar Kuesioner	81
Lampiran 6 Tabulasi Data	87
Lampiran 7 Hasil Uji SPSS 25	118
Lampiran 8 Buku Bimbingan	127
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	130

