

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI PT
PASIFIC NIAGA NUSANTARA BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

MILLA EDILIYA
NIM: 2411907528



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI PT
PASIFIC NIAGA NUSANTARA BOGOR**

Oleh:

Nama : MILLA EDILIYA
NIM : 2411907528
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 07 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI PT
PASIFIC NIAGA NUSANTARA BOGOR**

Oleh:

Nama : MILLA EDILIYA
NIM : 2411907528
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 07 Agustus 2023
Waktu : 13.00 – 14.20

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Desi Harsanti, S.sos, MM

(.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH, MM

(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MILLA EDILIYA
NIM : 2411907528
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271047101000007
Alamat : Laladon Gede Rt/Rw 001/004, Kelurahan Laladon,
Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya siap menanggung konsekuensi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk kemungkinan pencabutan gelar sarjana saya jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar di kemudian hari.

Depok, 07 Agustus 2023



MILLA EDILIYA

ABSTRAK

MILLA EDILIYA. NIM 2411907528. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinskin di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor.

Produk kecantikan merupakan produk perawatan diri yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Pada era sekarang, persaingan perusahaan dalam memasarkan produk kecantikan semakin ketat, khususnya persaingan perusahaan dalam memasarkan produknya sendiri. Kementerian Perindustrian menargetkan pertumbuhan industri di bidang kosmetik pada tahun 2019 mencapai 9%, meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada tahun 2018 yang sekitar 7,3%. Hal ini dipicu oleh meningkatnya tren kebutuhan masyarakat akan produk kecantikan dan perawatan tubuh.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinskin di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Simple Remdom Sampiling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 0,792 atau 79,20% faktor – faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi sedangkan sisanya 20,80% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis, yaitu nilai $F_{hitung} (95,166) > \text{dari } F_{tabel} = (2,47)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,970)$ dan variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (8,139)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Klinskin di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor. Adapun variabel kualitas produk, dan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Klinskin di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor dengan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (0,671)$ dan variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (1,753)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk Klinskin di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor adalah Harga.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

MILLA EDILIYA. NIM 2411907528. *The Influence of Product Quality, Service Quality, Price and Promotion on Klinskin Product Purchasing Decisions at PT.Pasific Niaga Nusantara Bogor.*

Beauty products are self-care products that can increase self-confidence. In the current era, company competition in marketing beauty products is getting tighter, especially company competition in marketing its own products. The Ministry of Industry targets industry growth in the cosmetic sector in 2019 to reach 9%, increasing compared to growth in 2018 which was around 7.3%. This is triggered by the increasing trend of people's needs for beauty and body care products.

The purpose of this study is to determine and analyze the Effect of Product Quality, Price Service Quality, and Promotion on Klinskin Product Purchasing Decisions at PT. Pacific Commerce Nusantara Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done by means of Simple Remdom Sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 0.792 or 79.20% of purchasing decision factors could be explained by product quality, service quality, price and promotion while the remaining 20.80% was explained by other factors not studied in this study. While the F test results show that simultaneously the variables of product quality, service quality, price and promotion simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis, namely the value of $F_{\text{calculate}} (95.166) > \text{from } F_{\text{table}} = (2.47)$. The results of the t test show that the service quality variable shows the results of the $t_{\text{calculate}}$ analysis (2,970) and the price variable shows the results of the $t_{\text{calculate}}$ analysis (8,139) where the $t_{\text{table}} (1,985)$ then partially the two variables have a positive and significant effect on the purchase decision of Klinskin products at PT. Pacific Niaga Nusantara Bogor. The variables of product quality, and promotion do not have a positive and significant effect on the purchase decision of Klinskin products at PT. Pacific Niaga Nusantara Bogor by showing that the product quality variable shows the results of $t_{\text{calculate}}$ analysis (0.671) and the promotion variable shows the results of $t_{\text{calculate}}$ analysis (1.753) where $t_{\text{table}} (1.985)$. The dominant variables influence the purchase decision of Klinskin products at PT. Pacific Niaga Nusantara Bogor is a price.

Keywords: product quality, service quality, price, promotion, purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di PT. Pasific Niaga Nusantara Bogor”** ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan Skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang penuh dengan ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Ibunda Yayah Rokayah dan Ayahanda Eddy Supriyatna tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Akbar Tanjung selaku Ketua Direksi pada PT Pasific Niaga Nusantara.
8. Bapak Muhammad Zakaria selaku Direktur Utama pada PT. Pasific Niaga Nusantara.

9. Bapak Aditya Prawita, SE. selaku Direktur pada PT. Pasific Niaga Nusantara, serta telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan penelitian dan memberikan arahan informasi seputar perusahaan kepada penulis.
10. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
11. Rekan-rekan mahasiswa seperjuangan yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan banyak perbaikan. Oleh karena itu, penulis selalu mengharapkan masukan dan kritik yang membangun dari semua pembaca. Harapannya, kedepannya penulis dapat menulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan semoga kita semua terus diberkahi dengan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 07 Agustus 2023
Penulis,



MILLA EDILIYA
NIM: 2411907528

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Kualitas Produk	12
2.1.2. Kualitas Pelayanan	16
2.1.3. Harga	20
2.1.4. Promosi	24
2.1.5. Keputusan Pembelian	27
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Berfikir	33
2.4. Hipotesis	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	38
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1. Populasi	39
3.3.2. Sampel	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5. Devinisi Operasional Variabel	41
3.5.1. Variabel Bebas	41
3.5.2. Variabel Terikat	43
3.6. Teknik Analisis Data	45

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	46
3.6.2. Persamaan Regresi	47
3.6.3. Uji Kualitas Data	48
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	50
3.6.5. Uji Hipotesis	51
 BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	55
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.2. Karakter Responden.....	56
4.1.3. Tanggapan Responden	59
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	78
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	74
4.2. Pembahasan	79
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	83
5.2. Saran	83
 DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Rekomendasi Merek Sabun Kecantikan	6
Tabel 1.2.	Jumlah Pembelian Produk Klinskin/bulan	7
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	38
Tabel 3.2.	Jumlah Penduduk di Kota Bogor 2021	39
Tabel 3.3.	Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 3.4.	Angka Penafsiran	47
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	57
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	63
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	65
Tabel 4.6.	Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	69
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	69
Tabel 4.10.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	70
Tabel 4.11.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.12.	Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.13.	Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	73
Tabel 4.14.	Hasil Uji Regresi Berganda	75
Tabel 4.15.	Hasil Uji F.....	76
Tabel 4.16.	Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.17.	Hasil uji t	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Asosiasi Digital Marketing Indonesia	4
Gambar 1. 2 Review Konsumen Produk Klinskin	5
Gambar 2. 1 Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	28
Gambar 2. 2 Krangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	72
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 1.2 Surat Keterangan Penelitian	90
Lampiran 1.3 Tabulasi data Kuesioner	91
Lampiran 1.4 Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	92
Lampiran 1.5 Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	97
Lampiran 1.6 Kartu Bimbingan	101
Lampiran 1.7 Daftar Riwayat Hidup	102
Lampiran 1.8 Tabel F	103
Lampiran 1.9 Tabel T	104