

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NBS SKINCARE
DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

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

Oleh:

**SITI WAHYUNI
NIM : 2411907632**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NBS SKINCARE
DI KOTA BOGOR**

Oleh:

Nama : SITI WAHYUNI
NIM : 2411907632
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 16 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 HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NBS SKINCARE
DI KOTA BOGOR**

Oleh:

Nama : SITI WAHYUNI
NIM : 2411907632
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Agustus 2023
Waktu : 10:20 – 11:40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Maya Andini Kartikasari, SP., M.M. ()

Anggota : Altatit Dianawati, S.Si., M.M. ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITI WAHYUNI
NIM : 2411907632
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201315405990002
Alamat : Kp.Sukamaju RT/RW 002/010, Kelurahan Sukamantri,
Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk NBS *Skincare* di 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 rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 16 Agustus 2023
Penulis,



SITI WAHYUNI

ABSTRAK

SITI WAHYUNI. NIM 2411907632. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk NBS Skincare Di Kota Bogor.

Produk kecantikan atau *skincare* merupakan produk yang digunakan untuk merawat ataupun mempercantik kulit yang berpengaruh pada penampilan seseorang. Salah satunya adalah NBS *skincare* yang merupakan *brand* kecantikan lokal yang berdiri sejak tahun 2019 dan terbilang masih hijau di industri FMCG. Lebih tepatnya produk dari NBS *skincare* yaitu NBS *ultimate* merupakan produk yang masih bersaing dengan banyak brand lain di kategori *Beauty and Care* yang terkenal amat kompetitif. sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan. karna semakin banyak dan semakin luas jaringan pemasaran produk inilah yang membuat persaingan pun menjadi semakin ketat. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Promosi, kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk NBS Skincare di kota Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, promosi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk NBS *Skincare* di Kota Bogor. Untuk Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data yang menggunakan kuesioner atau (angket) terhadap 100 orang responden. Dengan Pemilihan sampel yang dilakukan dengan cara *purposive sampling*, dengan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil uji regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa 62,10% faktor keputusan pembelian NBS dapat dijelaskan oleh variabel independen berupa harga, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan. sedangkan sisanya sebesar 37,90% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti. Pada hasil Uji F menunjukkan bahwa semua variabel *independent* yang terdiri dari harga, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian NBS *ultimate* di kota Bogor. Sedangkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel harga hasil analisis t_{hitung} (3,460), promosi t_{hitung} (0,490), kualitas produk t_{hitung} (2,042), dan kualitas pelayanan t_{hitung} (3,724) dimana t_{tabel} (1,985) maka secara parsial tiga variabel yaitu variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, berpengaruh secara signifikan, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian NBS *ultimate* di kota Bogor.

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

ABSTRACT

SITI WAHYUNI. NIM 2411907632. *The Effect of Price, Promotion, Product Quality and Service Quality on the Purchase Decision of NBS Skincare Products in Bogor City.*

*Beauty or skincare products are products that are used to treat or beautify the skin that affect a person's appearance. One of them is NBS skincare which is a local beauty brand that was founded in 2019 and is still relatively green in the FMCG industry. More precisely, the product from NBS skincare, namely NBS ultimate, is a product that still competes with many other brands in the Beauty and Care category which are known to be very competitive. so that consumers experience difficulties in making decisions. because there are more and more extensive product marketing networks, this is what makes the competition even tighter. Therefore, the authors are interested in conducting research entitled *The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Service Quality on the Purchase Decision of NBS Skincare Products in the city of Bogor.**

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, promotion, product quality, and service quality on purchasing decisions for NBS skincare products in Bogor city. For this type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using a questionnaire or (questionnaire) of 100 respondents. The sample selection was carried out by means of purposive sampling, with the analytical model used in this study, namely multiple linear regression analysis which was used to determine how far the influence of the independent variables on the dependent variable.

The results of the regression test in this study show that 62.10% of NBS purchasing decision factors can be explained by independent variables in the form of price, promotion, product quality and service quality. while the remaining 37.90% is explained by other variables not studied. The results of the F Test show that all independent variables consisting of price, promotion, product quality and service quality simultaneously have a significant influence on the ultimate NBS purchasing decision in the city of Bogor. Meanwhile, the results of the t test show that the price variable as a result of the analysis is tcount (3.460), promotion tcount (0.490), product quality tcount (2.042), and service quality tcount (3.724) where ttable (1.985) then partially three variables, namely price, quality variables product and service quality have a significant effect, while the promotion variable does not have a significant effect on purchasing decisions for NBS ultimate in the city of Bogor.

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

KATA PENGANTAR

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

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk NBS Skincare di Kota Bogor”** ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., M.M. sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan proposal ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ibunda Siti Sarah dan Ayahanda Iman Santosa tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Kakak saya Resti Yulianti Rahayu dan Adi Julianto S, yang telah memberi dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
9. Sahabat - Sahabat saya yang senantiasa menemani dan selalu memberi dukungan saat proses penulisan skripsi ini.
10. Kepada Diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan, dan terus berusaha dari awal kuliah sampai dengan diselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
11. Kepala Ibu Noni Ayi selaku Owner NBS *Skincare* yang telah memberikan izin kegiatan penelitian pada NBS *Skincare*.
12. Ibu Yahya Putri, serta staff NBS *Skincare* lainnya yang telah membantu penulis melaksanakan penelitian pada Produk NBS.
13. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 16 Agustus 2023
Penulis,



SITI WAHYUNI
NIM : 2411907632

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	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	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Harga	13
2.1.3. Promosi	18
2.1.4. Kualitas Produk	25
2.1.5. Kualitas Pelayanan	30
2.1.6. Keputusan Pembelian	35
2.2. Penelitian Terdahulu	42
2.3. Kerangka Berpikir	44
2.4. Hipotesis	46
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	47
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Sampel	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Definisi Operasional Variabel	51
3.5.1. Variabel Bebas	52
3.5.2. Variabel Terikat	53

3.6. Teknik Analisis Data	55
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	55
3.6.2. Persamaan Regresi	57
3.6.3. Uji Kualitas Data	57
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	59
3.6.5. Uji Hipotesis	61
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil penelitian	65
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.2. Karakteristik Responden	66
4.1.3. Tanggapan Responden	68
1. Harga (X_1)	69
2. Promosi (X_2)	71
3. Kualitas Produk (X_3)	74
4. Kualitas Pelayanan (X_4)	78
4. Keputusan Pembelian (Y)	81
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	84
1. Uji Validitas	84
2. Uji Reliabilitas	87
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	88
1. Uji Normalitas	88
2. Uji Multikolinieritas	89
3. Uji Heteroskedastisitas	90
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	91
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	91
2. Hasil Uji F (Simultan)	92
3. Koefisien Determinasi	93
4. Hasil Uji t (Parsial)	93
5. Pengaruh Dominan	94
4.2. Pembahasan	95
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	100
5.2. Saran	100
 DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Nama Outlet NBS <i>Skincare</i> Wilayah Kota Bogor	4
Tabel 1.2. Perbandingan Harga Produk	5
Tabel 1.3. Ulasan Komplain Pelanggan NBS <i>Skincare</i>	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	47
Tabel 3.2. Proporsi Pengambilan Sampel	50
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.4. Angka Penafsiran	56
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	66
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Harga	69
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	71
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	74
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	78
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	81
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	85
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	85
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	85
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	86
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.13. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	89
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas (<i>Tolerance & VIF</i>)	89
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Berganda	91
Tabel 4.16. Hasil Uji F (Uji Simultan)	92
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.18. Hasil Uji t (Uji Parsial)	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data market share penjualan	2
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian	45
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	88
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan	104
Lampiran 2. Kuesioner	105
Lampiran 3. Tabulasi Data	111
Lampiran 4. Hasil Uji SPSS (Validitas&Reabilitas)	112
Lampiran 5. Hasil Uji SPSS (Uji Asumsi Klasik&Uji Hipotesis)	117
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	120
Lampiran 7. Riwayat Hidup	121
Lampiran 8. Tabel Uji F.....	122
Lampiran 9. Tabel Uji T.....	123