

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MOISTURIZER THE ORIGINOTE* (STUDI
KASUS MAHASISWA STIE GICI BUSINESS
SCHOOL BOGOR)**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE
DECISION OF THE ORIGINOTE MOISTURIZER (CASE
STUDY OF STIE GICI BUSINESS SCHOOL
STUDENTS BOGOR)***

Oleh

**ANITA AMELIA
61404022000291**

TUGAS AKHIR



**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MOISTURIZER THE ORIGINOTE* (STUDI
KASUS MAHASISWA STIE GICI BUSINESS
SCHOOL BOGOR)**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE
DECISION OF THE ORIGINOTE MOISTURIZER (CASE
STUDY OF STIE GICI BUSINESS SCHOOL
STUDENTS BOGOR)***

Oleh
ANITA AMELIA
61404022000291

TUGAS AKHIR

Telah disetujui pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 14 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Dian Rusmana, SE., MM
NIDN/NUPTK: 39537467530272

Dian Rusmana, SE., MM
NIDN/NUPTK: 39537467530272

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN/NUPTK: 2017065701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MOISTURIZER THE ORIGINOTE* (STUDI
KASUS MAHASISWA STIE GICI BUSINESS
SCHOOL BOGOR)**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE
DECISION OF THE ORIGINOTE MOISTURIZER (CASE
STUDY OF STIE GICI BUSINESS SCHOOL
STUDENTS BOGOR)***

Oleh
ANITA AMELIA
61404022000291

TUGAS AKHIR

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 14 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Gena Prasetya Noor, SH., MM
NIDN/NUPTK: 0414128805

Herman Susilo, SE., MM
NIDN/NUPTK: 0401128604

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE., MM
NIDN/NUPTK: 39537467530272

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Anita Amelia

NIM : 61404022000291

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Moisturizer The Originote (Studi Kasus Mahasiswa STIE
GICI Business School Bogor)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari tugas akhir saya adalah murni dari pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari tugas akhir saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (tugas akhir) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian dan penulisan tugas akhir ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar Ahli Madya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 14 Juli 2025

Anita Amelia

Nama Lengkap : Anita Amelia
NIM : 61404022000291
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Moisturizer The Originote (Studi Kasus Mahasiswa STIE
GICI Business School Bogor)

Abstrak

Industri *skincare* mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran konsumen, terutama dikalangan mahasiswa. *Moisturizer the originate* menjadi salah satu produk yang cukup diminati, namun penjualannya menurun akibat isu *overclaim* dan keluhan konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *moisturizer the originate*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel sebanyak 80 mahasiswa STIE GICI Business School Bogor diambil dengan teknik *proportional stratified sampling*. Analisis menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = 14.512 + 0.399X$. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 64,3%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

The skincare industry is experiencing rapid growth along with increasing consumer awareness, especially among students. The originate moisturizer has become one of the sought – after products, but its sales have declined due to issues of overclaim and consumer complaints. This study was conducted to determine the impact of products quality on purchasing decisions for the originate moisturizer. The method used is quatitative. A sample of 80 students from STIE GICI Business School Bogor was taken using proportional stratified sampling technique. The analysis use simple linear regression with the equation $Y = 14.512 + 0.399X$. The results of the study show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions by 64,3%.

Keywords: Product Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir. Solawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga senantiasa mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Moisturizer The Originote* (Studi Kasus Mahasiswa STIE GICI Business School Bogor)” disusun guna memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Ahli Madya pada jurusan Manajemen Pemasaran, STIE GICI Business School. Alasan penulis memilih judul tersebut karena melihat fenomena perkembangan industri *skincare* sehingga mengakibatkan maraknya persaingan produk *skincare* dan timbulnya beberapa kasus *overclaim* pada kandungan *Skincare* di Indonesia serta masalah yang terjadi pada produk tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui kualitas *Skincare* seperti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifa’i, SE. Selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang selalu berusaha mengembangkan STIE GICI dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. Selaku Ketua STIE GICI yang telah mengelola kampus dengan baik
3. Bapak Dian Rusmana, SE., MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran sekaligus dosen pembimbing yang selalu berusaha untuk membimbing dan mengembangkan jurusan ini dengan baik.
4. Seluruh Dosen STIE GICI khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran yang telah menyampaikan banyak ilmu kepada penulis.
5. Seluruh Staff STIE GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan Angkatan 2022 yang telah bersama-sama menjalani perkuliahan dengan penuh suka cita.

7. Pihak STIE GICI yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti di kampus dengan populasi seluruh mahasiswa STIE GICI Bogor.
8. Bapak Oman dan Ibu Kanah selaku orang tua penulis yang telah menyerahkan segala pengorbanan, doa dan kasih sayangnya dengan tulus dan penuh sukacita yang menjadi salah satu kekuatan besar bagi penulis dalam menyelesaikan studinya.
9. Kakak, adik dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya ini. Semoga proposal tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkah dan rahmatnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Depok, 14 Juli 2025

Anita Amelia
61404022000291

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGUJIAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR DIAGRAM.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.5.1. Maksud Penelitian.....	8
1.5.2. Tujuan Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Produk	11
2.1.3. Kualitas Produk	12
2.1.4. Indikator Kualitas Produk	12
2.1.5. Keputusan Pembelian	14
2.1.6. Pola Konsumen.....	15
2.1.7. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual.....	21
2.4. Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain dan Jenis Penelitian.....	23
3.2. Objek, Jadwal da Lokasi Penelitian.....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	25
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Sampel	26
3.5. Definisi Operasional Variabel	28

3.5.1. Variabel Bebas	39
3.5.2. Variabel Terikat.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Teknik Analisis Data	34
3.7.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	34
3.7.2. Persamaan Regresi	37
3.7.3. Uji Kualitas Data	37
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas	39
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	39
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Heteroskedastisitas	39
3.7.5. Uji Hipotesis.....	40
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	40
2. Uji t (Parsial).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	43
4.1.1. Gambaran Umum Responden dan Lokasi Penelitian.....	43
4.1.2. Visi dan Misi	43
4.1.3. Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.1.4. Tanggapan Responden	47
1. Kualitas Produk	47
2. Keputusan Pembelian	53
4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas.....	61
4.1.6. Uji Asumsi Klasik	63
1. Uji Normalitas	63
2. Uji Heteroekedastisitas.....	64
4.1.7. Uji Hipotesis.....	66
1. Persamaan Regresi Linear Sederhana	66
2. Koefisien Determinasi	67
3. Uji T (Parsial)	67
4.2. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	68
4.2.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.2.2. Interpretasi Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1. Data Pangsa Pasat <i>Brand Skincare</i> Di Indonesia.....	1
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jenis Produk <i>The Originote</i>	2
Tabel 1.2.	Data Penjualan <i>Moisturizer The Originote</i>	4
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1.	Jadwal Penelitian	25
Tabel 3.2.	Data Mahasiswa Setiap Angkatan.....	27
Tabel 3.3.	Sampel Penelitian	29
Tabel 3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.5.	Skala Pengukuran Variabel Menggunakan Skala Likert	36
Tabel 3.6.	Angka Penafsiran.....	37
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden.....	46
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Atas Variabel kualitas Produk.....	48
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.6.	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.7.	Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>one – sample kolmogrov – Smirnov</i>	64
Tabel 4.8.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	66
Tabel 4.9.	Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.10.	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Kasus <i>Overclaim Skincare</i> Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2.	Keluhan Pengguna <i>Moisturizer The Originote</i>	5
Gambar 2.1.	Proses Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 2.2.	Pola Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.3.	Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1.	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	62
Gambar 4.2.	Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)	63
Gambar 4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat Izin Penelitian	78
Lampiran 2.	Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 3.	.. Tabulasi Data.....	82
Lampiran 4.	Hasil Output SPSS.....	83
Lampiran 5.	Tabel R	91
Lampiran 6.	Tabel T	92
Lampiran 7.	Kartu Bimbingan	93
Lampiran 8.	Hasil Cek Plagiarisme	94
Lampiran 9.	Daftar Riwayat Hidup.....	95
Lampiran 10.	Dokumentasi Penelitian.....	96