

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
THE ORIGINOTE DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

INDAH KARIMATUS SAIDAH

NPM : 2061201002847



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indah Karimatus Saidah

Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002847

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare*

The Originote di Kota Pasuruan

Pasuruan, 14 Juni 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

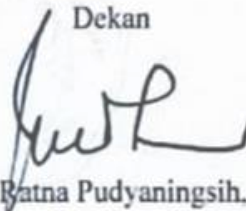


(Dr. Ir. Bambang Sutikno, MM)



(Eni Erwantiningsih, S.E., MM)

Dekan



(Dra. A. Ratna Pudyarningsih, MM.)

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 14 Juni 2024

TIM PENGUJI :

1. Nurul Akramiah S.E, MM.

1. Ketua.....

2. Dr. Ir. Bambang Sutikno, MM

2. Sekretaris.....

3. Eni Erwantiningsih, S.E., MM

3. Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Indah Karimatus Saidah

Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002847

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 26 September 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Status Perkawinan : Belum Menikah

Alamat : Jalan Gatot Subroto, Bukir, RT 002/RW 006,
Gadingrejo Pasuruan

Nomor HP : 081918172725

Nama Orang Tua (Ayah) : M. Hasyim Anis
(Ibu) : Sumani

Riwayat Pendidikan

Tahun 2014 : Lulus SDN Bukir

Tahun 2017 : Lulus SMP Negeri 7 Pasuruan

Tahun 2020 : Lulus SMA Bayt Al-Hikmah Pasuruan

Tahun 2020 : Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Karimatus Saidah

NPM : 2061201002847

Alamat Rumah : Jalan Gatot Subroto, Bukir, RT 002/RW 006, Gadingrejo,
Kota Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi berjudul :

“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* The Originote di Kota Pasuruan” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiasi maka saya siap menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 14 Juni 2024



Yang Membuat

Indah Karimatus Saidah

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* The Originote di Kota Pasuruan”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis ingin sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Dr. Ir. Bambang Sutikno, MM. selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Eni Erwantiningsih S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh dosen, staff sekretariat, dan rekan-rekan mahasiswa keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
6. *My Family*, Kedua orang tua saya tersayang Ayah saya M. Hasyim Anis dan Ibu saya Sumani, orang tua yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya

sebagai sandaran berkeluh kesah, yang tak henti-hentinya mendoakan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, serta dukungan. Dan juga Fitri, adikku yang supportif.

7. Umi Khotijah, Abi Muslim, Bunda Een Enik, dan Bapak Basuki Purnama terimakasih sebanyak-banyaknya telah memberi kontribusi dalam dunia perkuliahan saya dan menjadi motivasi saya untuk selalu berprogres menjadi baik dalam akademik maupun kehidupan sehari-hari
8. Eky *the coolest problem solver*, Ananda, Erlina, Fami, Nur, teman seperjuanganku, *thank you for always talking to me*, Sobat Jamet terimakasih buat arahan dan dukungan serta seluruh teman-teman satu perjuangan saya, terimakasih telah memberikan semangat setiap harinya dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. *Another my support system* Enhypen, NCT, WayV dan *The Boyz* terutama Shim Jaeyun, Jeong Jaehyun, Huang Guanheng, Kim Jungwoo, dan Lee Juyeon *thank you for your exist*, dan sudah menemani masa-masa sulit penulis lewat lagu-lagu, karya, dan konten-konten mereka yang memberikan *mood boosters*.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, baik langsung maupun tidak yang telah membantu dalam penulisan ini.
11. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Indah Karimatus Saidah terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha meskipun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dalam mimpi-mimpinya, namun terimakasih sekali lagi sudah menjadi seseorang yang selalu berusaha dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah

menyelesaikan sebaik mungkin, yang mana ini merupakan salah satu pencapaian dalam hidup yang layak diapresiasi.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi kemajuan penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membacanya.

Pasuruan, 14 Juni 2024



Indah Karimatus Saidah



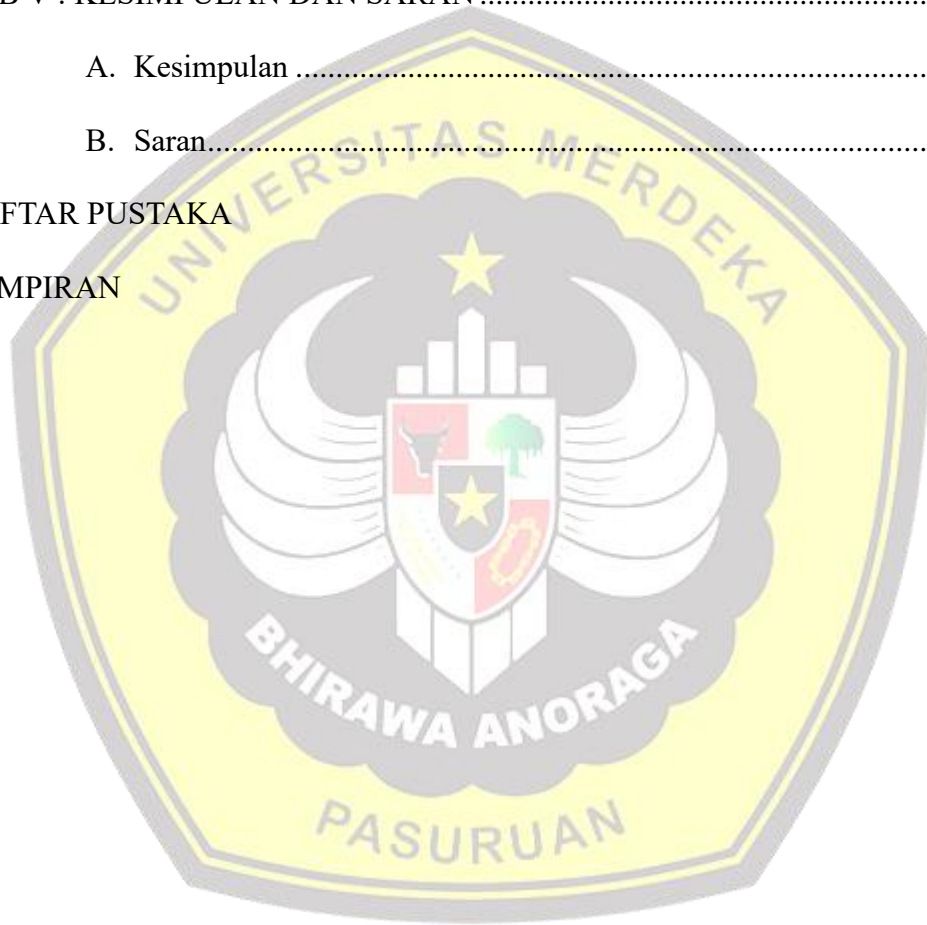
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II : Landasan Teori.....	10
A. Keputusan Pembelian	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10

2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	11
3. Indikator Keputusan Pembelian	13
B. Persepsi Harga	15
1. Pengertian Persepsi Harga	15
2. Faktor Persepsi Harga.....	16
3. Indikator Persepsi Harga	18
C. Kualitas Produk	19
1. Pengertian Kualitas Produk	19
2. Unsur-Unsur Kualitas Produk	20
3. Indikator Kualitas Produk	22
D. Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat	23
1. Hubungan Variabel Persepsi Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	23
2. Hubungan Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	24
3. Hubungan Variabel Persepsi Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	25
E. Penelitian Terdahulu	26
F. Kerangka Konseptual	33
G. Hipotesis	34
BAB III : METODE PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian	35
B. Definisi Operasional Variabel.....	35

C. Ruang Lingkup Penelitian	40
D. Lokasi Penelitian	40
E. Populasi dan Sampel.....	40
F. Jenis dan Sumber Data	42
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Teknik Pengolahan Data.....	45
I. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
2. Analisis Deskriptif	59
B. Uji Instrumen	65
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Asumsi Klasik	67
4. Analisis Deskriptif Variabel	72
5. Analisis Regresi Linier Berganda	82
C. Pengkajian Hipotesis.....	85
1. Uji Simultan (Uji F)	85
2. Uji Parsial (Uji t).....	86
D. Analisis Koefisien Determinan (R^2)	88
E. Pembahasan Hasil Penelitian	89

1. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	92
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	94
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	96
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

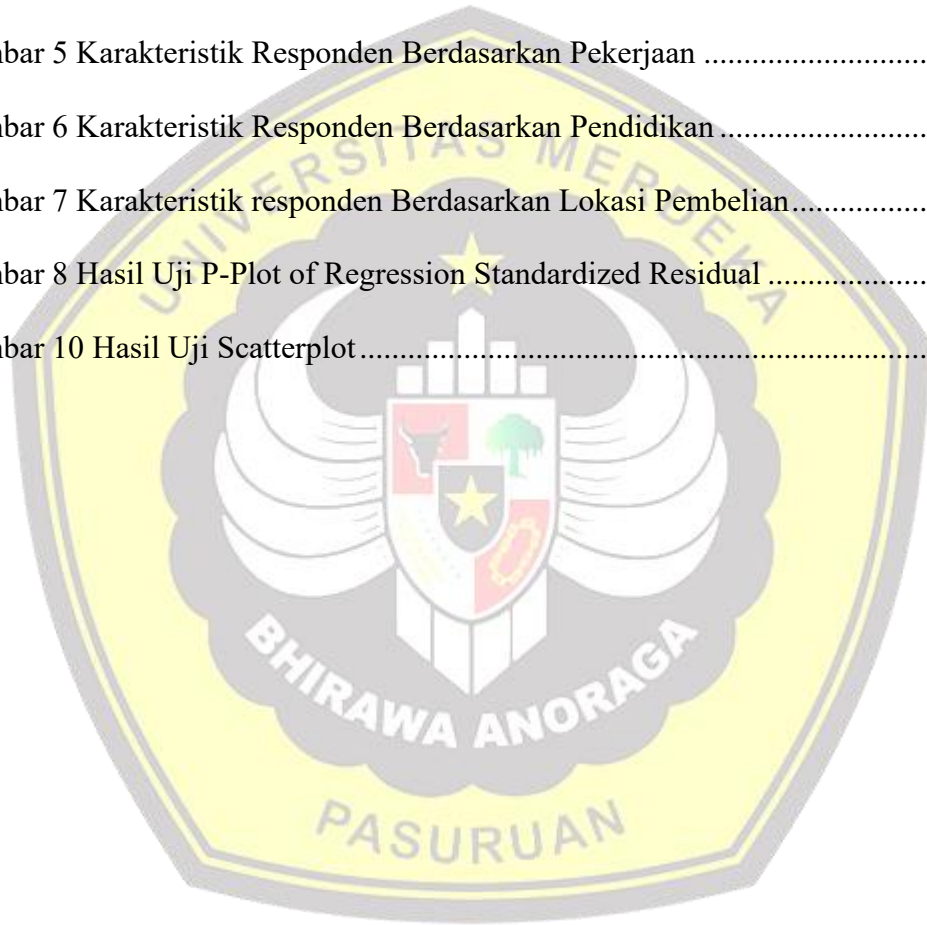


DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2 Skala Likert Pilihan Jawaban dan Skor Responden	45
Tabel 3 Tabel Interval Kelas.....	48
Tabel 4 Harga Produk Bundling Skincare The Originote	58
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 8 Karakteristik Responden Berddasarkan Pendidikan	63
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian	64
Tabel 10 Hasil Uji Validasi.....	65
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 12 Hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	68
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 14 Hasil Uji Linieritas	72
Tabel 15 Deskriptif Jawaban Variabel Persepsi Harga.....	73
Tabel 16 Deskriptif Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 17 Deskriptif Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 18 Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	84
Tabel 20 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	85
Tabel 21 Hasil Analisis Koefisien Determinan (R^2)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Review Konsumen	5
Gambar 2 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Gambar 7 Karakteristik responden Berdasarkan Lokasi Pembelian.....	64
Gambar 8 Hasil Uji P-Plot of Regression Standardized Residual	68
Gambar 10 Hasil Uji Scatterplot.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Responden
Lampiran 4	Uji Instrumen
Lampiran 5	Tabel r
Lampiran 6	Tabel Uji F
Lampiran 7	Tabel Uji t
Lampiran 8	Dokumentasi
Lampiran 9	Jadwal Penelitian



ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote di Kota Pasuruan

Indah Karimatus Saidah¹, Bambang Sutikno², Ani Erwantiningsih³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Jurusan Manajemen, Universitas Merdeka Pasuruan

Email : [indaahhkarimatus¹](mailto:indaahhkarimatus1@gmail.com), [bambangsutikno@gmail.com²](mailto:bambangsutikno@gmail.com),

[enierwanti@gmail.com³](mailto:enierwanti@gmail.com)

Abstrak

Dalam era modern yang terus berkembang, saat ini penampilan telah menjadi hal yang penting. Persaingan di dunia kosmetik terutama *skincare* sangat ketat dan menyebabkan kemunculan merek *skincare* baru terus bertambah. *Skincare local brand* The Originote diperkenalkan sejak tahun 2022 dan berkembang dengan beberapa produk kecantikannya yang berfokus merawat kulit. Produk ini awalnya memiliki slogan “*Affordable skincare for all*” yang berarti *skincare* ini memiliki harga yang murah dibandingkan *skincare* lainnya dan kualitasnya bagus, akan tetapi hal tersebut tidak sesuai dengan hasil *review* konsumen *skincare* The Originote yang menyatakan bahwa kualitas yang dimiliki tidak sesuai dengan persepsi awal konsumen dan dari slogan produk tersebut. Sehingga ketidaksesuaian kualitas produk dengan harga *skincare* The Originote membuat kebimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menyebar kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli dan menggunakan produk *skincare* The Originote yang tidak diketahui jumlah populasinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *non probability* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. (2) kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) persepsi harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. (4) persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Perceptions of Price and Product Quality on Purchasing Decisions for The Originote Skincare Products in Pasuruan City

Indah Karimatus Saidah¹, Bambang Sutikno², Eni Erwantiningsih³

¹*Student of the Management Departement of the Faculty Economics, Merdeka University of Pasuruan*

^{2,3}*Lecturer in the Departement of Management, Faculty of Economics, Merdeka University of Pasuruan*

Email : indaahhkarimatus¹, bambangsutikno@gmail.com²,
enierwanti@gmail.com³

Abstract

In the modern era that continues to develop, appearance has become important. Competition in the world of cosmetics, especially skincare, is very tight and causes the emergence of new skincare brands to continue to increase. Local skincare brand The Originote was introduced in 2022 and has developed with several beauty products that focus on caring for the skin. This product initially had the slogan "Affordable skincare for all" which means this skincare has a cheap price compared to other skincare and the quality is good, however this does not match the results of The Originote skincare consumer review which states that the quality does not match initial perceptions. consumers and from the product slogan. So the mismatch between product quality and the price of The Originote skincare makes consumers confused when making purchasing decisions. This research uses a qualitative method which is quantified by distributing questionnaires. The population of this research is consumers who have purchased and used The Originote skincare products, the population of which is unknown. The sampling technique in this research uses non-probability samples, namely purposive sampling with a sample size of 65 respondents. The results of this research show that (1) price perception has a significant influence on purchasing decisions with a significance value of $0.034 < 0.05$. (2) product quality has a significant influence on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$. (3) perceived price and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.005$. (4) perceived price and product quality have an influence of 64.7% on purchasing decisions and the remaining 35.3% is influenced by other variables not examined by this research.

Keywords : Price Perception, Product Quality, and Purchasing Decisions.