

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* SAFI (STUDI KASUS KONSUMEN
SWALAYAN ADA BOGOR)**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

SITI LATIFAH
NIM: 2432000264



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* SAFI (STUDI KASUS KONSUMEN
SWALAYAN ADA BOGOR)**

Oleh:

Nama : SITI LATIFAH
NIM : 2432000264
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 21 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Nuryani Susana, S.Pd., S.H., M.H.



Dian Rusmana, S.E.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* SAFI (STUDI KASUS KONSUMEN
SWALAYAN ADA BOGOR)**

Oleh:

Nama : SITI LATIAH
NIM : 2432000264
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, Pada:

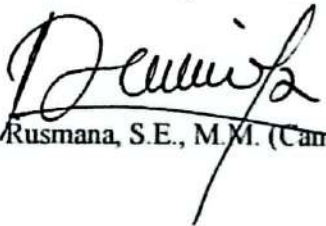
Hari : Senin
Tanggal : 21 Agustus 2023
Waktu : 14.30 – 15.30

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, SH., M.M. ()
Anggota I : Gena Prasetya Noor, S.H., M.M. ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran


Dian Rusmana, S.E., M.M. (Cand).

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SITI LATIFAH
NIM : 2432000264
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Nomor KTP : 3271014109010008
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 1 September 2001
Alamat : Kp. Bakom RT/RW 003/06 Kelurahan
Bojong Kerta Kecamatan Bogor selatan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi (Studi Kasus Konsumen Swalayan Ada 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 diploma saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 21 Agustus 2023

SITI LATIFAH

ABSTRAK

SITI LATIFAH. NIM 2432000264. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi (Studi Kasus Konsumen Swalayan Ada Bogor)

Persaingan bisnis semakin terlihat kompleks terutama di era globalisasi. Sejak pandemi terjadi, berbagai perusahaan mencoba untuk mempertahankan bisnis yang telah dibangun. Beberapa bahkan sudah gulung tikar karena semakin menurunnya penjualan. Namun, industri *skincare* atau perawatan wajah dan tubuh mulai tumbuh beriringan dengan pandemi covid-19 setelah diketahui bahwa masyarakat lebih memilih untuk merawat kulit dibandingkan harus merias. Hal ini terjadi karena pada masa pandemi, semua orang diwajibkan menggunakan masker sehingga kebanyakan tidak suka berhias dan lebih memilih merawat wajahnya. Fenomena ini membuat banyak pelaku bisnis mulai mencari peruntungan di bidang tersebut sehingga *Skincare* hadir begitu besar ditengah-tengah masyarakat hingga saat ini. Berbagai produk dengan nama-nama asing bahkan kandungankandungan yang sebelumnya jarang ada dalam *skincare* mulai bermunculan hingga akhirnya edukasi masyarakat mengenai komposisi *skincare* mulai terlihat lebih terarah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk *skincare* Safi di Swalayan Ada Bogor. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bentuk penelitian survey berupa pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner, model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Swalayan Ada Bogor, sedangkan sampelnya sebanyak 100 responden dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling*, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Proportionate Stratified Random Sampling*.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 58,3% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable bebas seperti kualitas produk. Sedangkan selebihnya 41,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan regresi linear sederhana diperoleh $Y = 4.431 + 0.835X$. Artinya, semakin sesuai kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian *skincare* Safi di Swalayan Ada Bogor. Hasil uji t membuktikan bahwa variabel kualitas product menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (11.808) > t_{tabel} (1.660)$, maka secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* Safi di Swalayan Ada Bogor.

Kata kunci: Kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

SITI LATIFAH. NIM 2432000264. *The Influence of Product Quality on Safi Skincare Purchasing Decisions (Case Study of Consumers in Ada Bogor Supermarket)*

Business competition is increasingly looking complex, especially in the era of globalization. Since the pandemic occurred, various companies have tried to maintain the business they have built. Some have even gone out of business due to declining sales. However, industry skincare or facial and body care began to grow in tandem with the Covid-19 pandemic after it was discovered that people prefer to take care of their skin rather than having to apply makeup. This happened because of pandemic, everyone was required to wear a mask so most of them didn't like to decorate and preferred to take care of their faces. This phenomenon has made many business people start looking for their fortune in this field Skincare present so big in the midst of society until now. Various products with foreign names and even ingredients that were rarely found in skincare before began to appear; and eventually people were educated about the composition skincare starting to look more focused.

The purpose of this research is to know and analyze the influence of product quality skincare Safi at Supermarket Ada Bogor. This type of research uses quantitative methods in the form of survey research in the form of data collection using questionnaires, the data analysis model used is simple linear regression analysis. The population in this study were consumers of the Ada Bogor Supermarket, while the sample was 100 respondents with a sample selection technique Probability Sampling, then the writer will use a sampling technique in the form of Proportionate Stratified Random Sampling.

The results of the regression test show that 58.3% of the purchasing decision factors can be explained by independent variables such as product quality. While the remaining 41.7% is explained by other factors not examined in this study. The simple linear regression equation obtained $Y = 4.431 + 0.835X$. That is, the more appropriate the quality of the product, the higher the purchase decision skincare Safi at Supermarket Ada Bogor. The results of the t test prove that the product quality variable shows the results of the t analysis_{count}(11.808) > $t_{table}(1.660)$, then partially the product quality variable has a significant effect on purchasing decisions skincare Safi at Supermarket Ada Bogor.

Keywords: Product quality, purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tugas akhir ini tepat pada waktunya, Sholawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi (Studi Kasus Konsumen Swalayan Ada Bogor) ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Diploma Ekonomi pada Jurusan Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat sejauh mana kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh apa saja yang menyebabkan masyarakat memutuskan untuk membeli *skincare* Safi di Swalayan Ada Bogor.

Dalam proses penulisaanya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, S.E., 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. Prof, Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana, S.E. selaku Ketua Jurusan Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI sekaligus Dosen Pembimbing yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini dan tetap sabar membantu membimbing, serta mengarahkan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga tuntas. Saya ucapkan terimakasih.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Khususnya Program Studi Pemasaran yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah

dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Diploma Ekonomi seperti sekarang ini.

5. Para Staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
7. Mama penulis tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang doa, nasehat serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis
8. Partner yang selalu memberikan *support* setulus hati, Arif Prian Hidayat, terimakasih atas doa dan segala dukungannya.

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

Depok, 21 Agustus 2023
Penulis,

SITI LATIFAH
NIM: 2432000264

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN & 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
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Kualitas	7
2.1.2. Produk	7
2.1.3. Kualitas Produk	8
2.1.4. Keputusan Pembelian	9
2.2. Penelitian Terdahulu.....	10
2.3. Kerangka Berpikir	12
2.4. Hipotesis	13
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 14
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	14
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	14
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	15
3.3.1. Populasi	15
3.3.2. Sampel	15
3.4. Teknik Pengambilan Data	16
3.5. Definisi Operasional Variabel	16
3.5.1. Variabel Bebas	17
3.5.2. Variabel Terikat.....	18
3.6. Teknik Analisis Data	19
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	19
3.6.2. Persamaan Regresi	21
3.6.3. Uji Kualitas Data	21

1. Uji Validitas	21
2. Uji Reliabilitas	22
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	22
1. Uji Normalitas	22
2. Uji Heteroskedastisitas	23
3.6.5. Uji Hipotesis	23
1. Koefisien Determinasi (R^2)	23
2. Uji t (Parsial)	24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	25
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	25
4.1.2. Karakteristik Responden	26
4.1.3. Tanggapan Responden	28
1. Kualitas Produk (X)	28
2. Keputusan Pembelian (Y)	31
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	34
1. Hasil Uji Validitas	34
2. Hasil Uji Reliabilitas	35
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	36
1. Hasil Uji Normalitas	36
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	38
1. Persamaan Regresi Linear Sederhana	38
2. Koefisien Determinasi (R^2)	38
3. Hasil Uji t (Uji Parsial)	39
4.2. Pembahasan	40

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	41
5.2. Saran	41

DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Merek Skincare di Indonesia	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	14
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	18
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	20
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	27
Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Kualitas Produk	29
Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Pembelian	31
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	34
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	38
Tabel 4.8. Koefisien Determinasi (R^2)	39
Tabel 4.9. Hasil Uji t (Uji Parsial)	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Keluhan Konsumen Produk Safi.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	13
Gambar 4.1. Produk Skincare Safi.....	26
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	36
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik P-P Plot)	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	43
Lampiran 2. Tabulasi Data	45
Lampiran 3. Hasil Outpus SPSS	48
Lampiran 4. Kartu Bimbingan	54
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	52
Lampiran 6. Surat Penelitian	56
Lampiran 7. Tabel r <i>Product Moment</i>	57
Lampiran 8. Tabel t	59