

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

Scarlett merupakan *brand* kecantikan lokal yang didirikan pada tahun 2017 oleh Felicya Angelista. Scarlett memproduksi beberapa produk kecantikan yang berfokus untuk mencerahkan dan merawat kulit, baik kulit wajah, tubuh, maupun rambut.. Scarlett merupakan salah satu merek *skincare* lokal dengan pertumbuhan cepat. Scarlett diproduksi oleh PT. Motto Beringin Abadi, Bogor, Indonesia. Scarlett sudah terverifikasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor Registrasi BPOM: NA18181021166

Salah satu produk Scarlett yang juga sempat bersaing dengan merek *skincare* lainnya adalah Scarlett Whitening Acne Serum. Produk ini memiliki dengan formula yang mampu merawat kulit berjerawat dan mencerahkan kulit. Produk ini cukup menarik minat konsumen, hanya saja hasil yang didapatkan konsumen setelah penggunaan scarlett tidak sesuai dengan fungsi serum tersebut. Konsumen dominan merasakan *breakout* setelah penggunaan serta justru hasil penggunaan serum menimbulkan jerawat. Hal ini tentunya berbeda dengan fungsi dari produk tersebut yaitu untuk menyembuhkan jerawat.

Dengan adanya masalah tersebut, Scarlett berusaha untuk melakukan yang terbaik demi kepuasan konsumen-konsumennya. Pihak Scarlett juga akan terus berupaya menangani keluhan yang konsumen rasakan serta meningkatkan kualitas produk. Hal tersebut dilakukan guna menjaga kepercayaan pembeli terhadap Scarlett agar dapat menambah jumlah konsumen tetap sehingga mampu mencapai tujuan. Dengan dilakukannya penelitian ini, dapat dianalisis dan diketahui jawaban dari rumusan masalah. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian scarlett whitening acne serum atau tidak.

Berikut ini merupakan Visi dan Misi dari Scarlett Whitening.

1. Visi : Menjadi Leader untuk retail kosmetik industri dan memiliki outlet terbanyak di Indonesia.
2. Misi : Memberikan edukasi tentang pentingnya mencintai diri sendiri, dan kesadaran akan pentingnya menggunakan *body care* dengan cara yang tepat.

4.1.2. Produk Scarlett Whitening Acne Serum

Scarlett Whitening memiliki banyak produk yang ditawarkan pada konsumen, salah satunya serum khusus untuk jerawat



Gambar 4.1. Scarlett Whitening Acne Serum

Sumber : scarlettwhitening.com

Scarlett Whitening Acne Serum adalah serum wajah dengan beberapa kandungan, diantaranya Encapsulated Salicylic Acid dengan teknologi sustained release yang fokus bekerja di area kulit berjerawat tanpa membuat iritasi area lainnya. Biosaccharide Gum meningkatkan fungsi proteksi skin barrier hingga 76%. Licorice Extract bantu mencerahkan dan menyamarkan noda bekas jerawat. Kemudian terdapat produk baru yaitu Scarlett Whitening Niacinamide 5% Beta Glucan 7 Phyto Extract Serum berfungsi untuk melindungi kulit dari penuaan dini yang disebabkan oleh efek buruk sinar UV, membantu merawat *skin barrier*. Scarlett Whitening Acne Serum jenis apapun tentunya dapat merawat kulit berjerawat. Perbedaan dari produk lain yaitu formula yang disajikan lebih *extract* dan fokus untuk kulit berjerawat. Desain produk memberikan kesan estetik dan simpel, sehingga konsumen tertarik membelinya.

4.1.3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan identitas responden berdasarkan demografinya, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan,

pendidikan, penghasilan, dan semester. Di bawah ini penulis sajikan tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk persentasenya. Harapannya agar dapat diketahui kaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan perilaku responden.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-laki	22	22,00%
	Perempuan	78	78,00%
Jumlah		100	100,00%
Usia	18 - 25 tahun	92	92,00%
	25 - 30 tahun	7	7,00%
	> 30 tahun	1	1,00%
Jumlah		100	100,00%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	21	21,00%
	PNS/BUMN	0	0,00%
	Mahasiswa	79	79,00%
	Lainnya	0	0,00%
Jumlah		100	100,00%
Pendidikan	SMA/Sederajat	98	98,00%
	Diploma III	2	2,00%
Jumlah		100	100,00%
Penghasilan	0-2 juta	71	71,00%
	2,1-5 juta	22	22,00%
	5,1-10 juta	5	5,00%
	10,1-15 juta	0	0,00%
	> 15 juta	2	2,00%
Semester	Semester 2	26	26,00%
	Semester 4	28	28,00%
	Semester 6	36	36,00%
	Semester 8	10	10,00%
Jumlah		100	100,00%

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel di atas menyatakan bahwa apabila dilihat dari jenis kelamin, persentase konsumen Scarlett Whitening Acne Serum (Studi Kasus Mahasiswa STIE GICI BUSINESS SCHOOL Bogor) menampilkan hasil, yakni 22% laki-laki dan 78% perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Scarlett Whitening Acne Serum merupakan perempuan. Lebih banyak konsumen perempuan karena pada umumnya *skincare*, khususnya serum biasa digunakan oleh perempuan, yang selalu mengutamakan perawatan kulit wajah.

Jika dilihat dari usia, konsumen Scarlett Whitening Acne Serum lebih didominasi oleh remaja dengan usia lebih dari 18-25 tahun, yaitu sebesar 92%. Sedangkan yang berusia di atas 25 tahun hanya 7%, serta yang berusia di atas 30 tahun hanya 1%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas Scarlett Whitening Acne Serum merupakan remaja. Hal tersebut menunjukkan bahwa kalangan usia remaja dan dewasa lebih banyak yang memutuskan untuk melakukan pembelian Scarlett Whitening Acne Serum dibandingkan dengan rentang usia lainnya. Di mana ini dapat menjadi kelebihan tersendiri bagi Scarlett Whitening Acne Serum untuk bisa mengembangkan ini dengan lebih baik lagi, karena kemungkinan besar semakin berjalannya waktu jumlah konsumen yang menggunakan pun akan semakin meingkat, mengingat usia produktif konsumen yang menggunakan Scarlett Whitening Acne Serum masih panjang.

Selanjutnya apabila ditinjau dari tingkat pendidikannya, Scarlett Whitening Acne Serum lebih dominan merupakan lulusan SMA yang jumlahnya mencapai 98%, Tentunya lebih besar dari Konsumen yang lulusan Diploma III yaitu hanya 2%. ini juga bisa menjadi sebuah kunci bagi Scarlett Whitening Acne Serum untuk mengimplementasikan kembali berbagai pengembangan dalam jenis produk ke depannya, mengingat jumlah lulusan SMA merupakan remaja menuju dewasa yang gemar merawat wajah untuk menjaga keremajaan kulitnya.

Berdasarkan pekerjaannya, persentase konsumen Scarlett Whitening Acne Serum yang merupakan Mahasiswa yaitu sebanyak 79%. Konsumen yang merupakan karyawan swasta sebesar 21%. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar konsumen Scarlett Whitening Acne Serum adalah Mahasiswa.

Terakhir, apabila dilihat dari segi penghasilan, konsumen Scarlett Whitening Acne Serum sebagian besar didominasi oleh pembeli dengan penghasilan perbulannya 0-2 juta rupiah dengan presentase 71%, diikuti dengan konsumen yang memiliki penghasilan 2,1-5 juta rupiah, yang persentasenya sebesar 22%. Hal

tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Scarlett Whitening Acne Serum merupakan konsumen yang berasal dari kalangan kelas menengah. Dengan begitu, pihak manajemen harus tetap menyusun strategi penjualan dan meningkatkan kualitas produk secara efisien untuk mempertahankan pangsa pasar serta meningkatkan pangsa pasar yang belum dijangkau. Tentunya program yang dibuat harus mengacu pada karakteristik responden terutama dilihat dari sudut pandang dan kategori penghasilan responden.

4.1.4. Tanggapan Responden

Tanggapan responden merupakan jawaban atas apa yang ada dalam benak dan pikiran responden terhadap pernyataan yang disajikan mengenai topik yang diteliti. Dalam sebuah penelitian, tanggapan responden dalam suatu penelitian sangat penting, karena akan menjadi data yang diolah untuk kemudian dibuktikan besarnya pengaruh antar variabel. Sehingga, proses pengumpulan data, khususnya melalui kuesioner perlu diperhatikan keabsahannya secara mendalam. Pernyataan pada kuesioner harus mudah dipahami dan sesuai dengan indikator yang digunakan. Hal ini bertujuan agar data yang terkumpul dapat mewakili persepsi yang signifikan bagi setiap responden. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 100 orang responden konsumen Scarlett Whitening Acne Serum, berikut disajikan tabel deskripsi tanggapan responden terkait masing-masing variabel yang diteliti.

1. Kualitas Produk (X)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai *item* pernyataan Variabel Kualitas Produk.

Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas Variabel Kualitas Produk

NO	INDIKATOR	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Scarlett bekerja aktif pada kulit	3	3%	18	18%	21	21%	48	48%	10	10%	344	3,44
2	Efek penggunaan nyaman sesuai manfaat produk	3	3%	21	21%	21	21%	46	46%	9	9%	337	3,37
3	Scarlet acne serum mencerahkan kulit dan	4	4%	20	20%	24	24%	40	40%	12	12%	336	3,36
4	Scarlett Acne Serum menjaga kulit agar tidak sensitif	6	6%	24	24%	16	16%	41	41%	13	13%	331	3,31
5	Efek samping tidak mengganggu	9	9%	24	24%	21	21%	39	39%	7	7%	311	3,11
6	Hasil terasa dalam waktu singkat	6	6%	18	18%	18	18%	47	47%	11	11%	339	3,39
7	Scarlett Acne Serum nyaman pada kulit	9	9%	22	22%	20	20%	35	35%	14	14%	323	3,23
8	Tidak breakout setelah penggunaan	4	4%	18	18%	27	27%	39	39%	12	12%	337	3,37
9	Scarlett Acne Serum menyembuhkan jerawat	1	1%	22	22%	23	23%	44	44%	10	10%	340	3,40
10	Scarlett Acne Serum merawat kulit	6	6%	20	20%	26	26%	40	40%	8	8%	324	3,24
11	Formula pada Scarlett Acne Serum sesuai kebutuhan kulit	1	1%	9	9%	14	14%	45	45%	31	31%	396	3,96
12	Scarlett Acne Serum memiliki kemasan aman	1	1%	7	7%	18	18%	56	56%	18	18%	383	3,83
13	Serum tidak mencair dan tetap sesuai dalam kondisi apapun	2	2%	11	11%	22	22%	46	46%	19	19%	369	3,69
14	Scarlett memiliki garansi	1	1%	3	3%	17	17%	52	52%	27	27%	401	4,01
15	Packing aman menjadikan Scarlet diterima dengan aman	3	3%	15	15%	18	18%	50	50%	14	14%	357	3,57
16	Warna cairan serum tidak keruh	2	2%	8	8%	18	18%	54	54%	18	18%	378	3,78
17	Kemasan Scarlett Acne Serum transparan dan warna cerah	3	3%	12	12%	12	12%	56	56%	17	17%	372	3,72
18	Aroma serum tidak mengganggu penciuman	1	1%	22	22%	23	23%	43	43%	11	11%	341	3,41
19	Komposisi pada Scarlett Acne Serum sesuai dengan kebutuhan	0	0%	29	29%	19	19%	46	46%	6	6%	329	3,29
20	Kualitas yang sesuai menjadikan orang yakin membelinya	1	1%	1	1%	10	10%	34	34%	54	54%	439	4,39
RATA-RATA		13	13%	65	65%	78	78%	180	180%	64	64%	1.417	14,17

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel kualitas produk

mulai dari item pernyataan pertama hingga item pernyataan terakhir dari masing-masing indikator, di antaranya yaitu Performa (*performance*), Keistimewaan (*features*), Keandalan (*reliability*), Kesesuaian (*conformance*), Daya Tahan (*durability*), Kemampuan Pelayanan (*service ability*), Estetika (*aesthetics*), dan Kualitas yang dipersiapkan (*perceived quality*).

Pada pernyataan pertama yaitu Scarlett bekerja aktif pada kulit, terdapat sebanyak 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 18% responden yang menjawab tidak setuju, 21% responden yang menjawab netral, 48% responden menjawab setuju, dan 10% yang menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.44 (setuju). Dari persentasenya, jawaban setuju paling banyak diisi oleh responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan pertama pada variabel kualitas produk, yaitu Scarlett bekerja aktif pada kulit.

Pada pernyataan kedua yaitu Efek penggunaan nyaman sesuai manfaat produk, terdapat sebanyak 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 21% responden yang menjawab tidak setuju, 21% responden yang menjawab ragu-ragu, 46% menjawab setuju, dan 9% yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.37 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Efek penggunaan nyaman sesuai manfaat produk.

Pada pernyataan ketiga yaitu Scarlet Acne Serum mencerahkan kulit dan mengontrol minyak, terdapat sebanyak 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 20% responden yang menjawab tidak setuju, 24% responden menjawab netral, sebanyak 40% responden menjawab setuju, dan 12% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.36 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ketiga pada variabel kualitas produk, yaitu Scarlett Acne Serum mencerahkan kulit dan mengontrol minyak.

Pada pernyataan keempat yaitu Scarlett Acne Serum menjaga kulit agar tidak sensitif, terdapat sebanyak 6% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 24% responden yang menjawab tidak setuju, 16% responden yang menjawab ragu-ragu, 41% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 13% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.31 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Scarlett Acne Serum menjaga kulit agar tidak sensitif.

Pada pernyataan kelima yaitu Efek samping tidak mengganggu, terdapat sebanyak 9% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 24% responden yang menjawab tidak setuju, sebanyak 21% responden menjawab , sebanyak 39% yang menjawab setuju, dan 7% yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.11 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kelima pada variabel kualitas produk, yaitu Efek samping tidak mengganggu.

Pada pernyataan keenam yaitu Hasil terasa dalam waktu singkat, terdapat sebanyak 6% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 18% responden yang menjawab tidak setuju, 18% responden menjawab ragu-ragu, kemudian 47% menjawab setuju, dan 11% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.39 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Hasil terasa dalam waktu singkat.

Pada pernyataan ketujuh yaitu Scarlett Acne Serum nyaman pada kulit, terdapat sebanyak 9% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 22% responden menjawab tidak setuju, 20% responden menjawab ragu-ragu, 35% menjawab setuju, dan terdapat 14% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.23 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan ketujuh pada variabel kualitas produk, yaitu Scarlett Acne Serum nyaman pada kulit.

Pada pernyataan kedelapan yaitu Tidak breakout setelah penggunaan, terdapat sebanyak 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 18% responden yang menjawab tidak setuju, 27% responden menjawab ragu-ragu, 39% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 12% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.37 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju untuk pernyataan Tidak breakout setelah penggunaan.

Pada pernyataan kesembilan yaitu Scarlett Acne Serum menyembuhkan jerawat, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 22% responden menjawab tidak setuju, 23% responden menjawab ragu-ragu, 44% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 10% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.40 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan kesembilan pada variabel kualitas produk, Scarlett Acne Serum menyembuhkan jerawat.

Pada pernyataan kesepuluh yaitu Scarlett Acne Serum merawat kulit, terdapat

sebanyak 6% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 20% responden yang menjawab tidak setuju, 26% responden menjawab ragu-ragu, 40% menjawab setuju, dan 8% menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.24 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Scarlett Acne Serum merawat kulit.

Pada pernyataan kesebelas yaitu Formula pada Scarlett Acne Serum sesuai kebutuhan kulit, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak, 9% responden menjawab tidak setuju, 14% responden menjawab ragu-ragu, 45% menjawab setuju, dan 31% menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.96 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan kesebelas pada variabel kualitas produk, yaitu formula pada Scarlett Acne Serum sesuai kebutuhan kulit

Pada pernyataan kedua belas yaitu Scarlett Acne Serum memiliki kemasan aman, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 7% responden menjawab tidak setuju, 18% responden menjawab ragu-ragu, 56% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 18% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.83 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Scarlett Acne Serum memiliki kemasan aman

Pada pernyataan ketiga belas yaitu Serum tidak mencair dan tetap sesuai dalam kondisi apapun, terdapat sebanyak 2% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 11% responden menjawab tidak setuju, 22% responden menjawab ragu-ragu, 46% responden menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 19% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.69 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ketiga belas pada variabel kualitas pelayanan, yaitu Serum tidak mencair dan tetap sesuai dalam kondisi apapun.

Pada pernyataan keempat belas yaitu Scarlett memiliki garansi, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 3% responden menjawab tidak setuju, 17% responden menjawab ragu-ragu, 52% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 27% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4.01 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap Scarlett memiliki garansi.

Pada pernyataan kelima belas yaitu Packing aman menjadikan Scarlet diterima

dengan aman, terdapat sebanyak 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 15% responden menjawab tidak setuju, 18% responden menjawab ragu-ragu, 50% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 14% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.57 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kelima belas pada variabel kualitas produk, yaitu Packing aman menjadikan Scarlet diterima dengan aman.

Pada pernyataan keenam belas yaitu warna cairan serum tidak keruh, terdapat sebanyak 2% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 8% responden menjawab tidak setuju, 18% responden menjawab ragu-ragu, 54% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 18% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.78 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kelima belas pada variabel kualitas produk, yaitu warna cairan serum tidak keruh.

Pada pernyataan ketujuh belas yaitu Kemasan Scarlett Acne Serum transparan dan warna cerah, terdapat sebanyak 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 12% responden menjawab tidak setuju, 12% responden menjawab ragu-ragu, 56% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 17% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.72 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ketujuh belas pada variabel kualitas produk, yaitu Kemasan Scarlett Acne Serum transparan dan warna cerah.

Pada pernyataan kedelapan belas yaitu Aroma serum tidak mengganggu penciuman, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 22% responden menjawab tidak setuju, 23% responden menjawab ragu-ragu, 43% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 11% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.41 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kedelapan belas pada variabel kualitas produk, yaitu Aroma serum tidak mengganggu penciuman.

Pada pernyataan kesembilan belas yaitu Komposisi pada Scarlett Acne Serum

sesuai dengan kebutuhan, terdapat sebanyak 0% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 29% responden menjawab tidak setuju, 19% responden menjawab netral, 46% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 6% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.29 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesembilan belas pada variabel kualitas produk, yaitu Komposisi pada Scarlett Acne Serum sesuai dengan kebutuhan

Pada pernyataan kedua puluh yaitu Kualitas yang sesuai menjadikan orang yakin membelinya, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 1% responden menjawab tidak setuju, 10% responden menjawab netral, 34% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 54% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4.39 (setuju). Dari persentasenya, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kedua puluh belas pada variabel kualitas produk, yaitu Kualitas yang sesuai menjadikan orang yakin membelinya.

Setelah dilihat dan dianalisis secara keseluruhan, pada variabel kualitas produk diperoleh sebanyak 13% responden yang menjawab sangat tidak setuju, kemudian terdapat sebanyak 65% responden yang menjawab tidak setuju, sebanyak 78% responden menjawab netral, 180% responden menjawab setuju, dan sebanyak 64% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 14.17 (setuju). Maka dapat ditarik kesimpulannya, bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap semua pernyataan pada variabel kualitas produk. Berdasarkan hasil analisis juga dapat dikatakan bahwa Scarlett Whitening Acne Serum telah memenuhi seluruh indikator kualitas produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai *item* pernyataan Variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 4.3. Tanggapan Responden atas Variabel Keputusan Pembelian

NO	INDIKATOR	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Scarlett Acne Serum memiliki pilihan beragam	1	1%	11	11%	22	22%	57	57%	9	9%	362	3,62
2	Pilihan Serum Scarlett tetap dapat menyembuhkan jerawat	4	4%	13	13%	22	22%	53	53%	8	8%	348	3,48
3	Anda memilih Scarlett Acne Serum karena sesuai kebutuhan	3	3%	16	16%	21	21%	47	47%	13	13%	351	3,51
4	Scarlett Acne Serum menjadi pilihan merek untuk sembuhkan jerawat	0	0%	11	11%	23	23%	57	57%	9	9%	364	3,64
5	Anda memilih Sacrlett Acne Serum karena tertarik	2	2%	8	8%	23	23%	51	51%	16	16%	371	3,71
6	Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum diberbagai tempat	1	1%	8	8%	17	17%	61	61%	13	13%	377	3,77
7	Scarlett memiliki official store sehingga dapat dibeli online	1	1%	0	0%	0	0%	10	10%	89	89%	486	4,86
8	Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum kapanpun	0	0%	8	8%	11	11%	65	65%	16	16%	389	3,89
9	Anda membeli Scarlett Acne Serum 1 bulan sekali	7	7%	18	18%	21	21%	47	47%	7	7%	329	3,29
10	Anda membeli Scarlett Acne Serum lebih dari 1 dalam sekali beli	9	9%	33	33%	21	21%	35	35%	2	2%	288	2,88
11	Anda melakukan pembelian dengan jumlah yang Anda butuhkan	0	0%	7	7%	11	11%	49	49%	33	33%	408	4,08
RATA-RATA		6	6%	27	27%	38	38%	106	106%	43	43%	815	8,15

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel keputusan pembelian mulai dari item pernyataan pertama hingga item pernyataan terakhir dari masing-masing indikator, di antaranya yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan

kesediaan merekomendasikan.

Pada pernyataan pertama yaitu Scarlett Acne Serum memiliki pilihan beragam, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 11% responden menjawab tidak setuju, 22% responden menjawab netral, dan 57% menjawab setuju, dan 9% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.62 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan pertama pada variabel keputusan pembelian, yaitu Scarlett Acne Serum memiliki pilihan beragam.

Pada pernyataan kedua yaitu Pilihan Serum Scarlett tetap dapat menyembuhkan jerawat, terdapat sebanyak 4% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 13% responden menjawab tidak setuju, 22% responden menjawab netral, 53% menjawab setuju, dan terdapat sebanyak 8% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.48 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kedua pada variabel keputusan pembelian, yaitu Pilihan Serum Scarlett tetap dapat menyembuhkan jerawat.

Pada pernyataan ketiga yaitu Anda memilih Scarlett Acne Serum karena sesuai kebutuhan, terdapat sebanyak 3% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 16% responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 21% responden menjawab netral, 47% responden menjawab setuju, dan 13% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3.51 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ketiga pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda memilih Scarlett Acne Serum karena sesuai kebutuhan.

Pada pernyataan keempat yaitu Scarlett Acne Serum menjadi pilihan merek untuk sembuhkan jerawat, terdapat sebanyak 0% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 11% responden menjawab tidak setuju, 23% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 57% responden yang menjawab setuju, dan 9% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.64 (setuju). Hal ini mengartikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan keempat pada variabel keputusan pembelian, yaitu Scarlett Acne Serum menjadi pilihan merek untuk sembuhkan jerawat.

Pada pernyataan kelima yaitu Anda memilih Scarlett Acne Serum karena tertarik, terdapat sebanyak 2% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 8% responden menjawab tidak setuju, 23% responden menjawab netral, terdapat

sebanyak 51% responden yang menjawab setuju, dan 16% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.71 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kelima pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda memilih Sacrlett Acne Serum karena tertarik.

Pada pernyataan keenam yaitu Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum diberbagai tempat, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 8% responden menjawab tidak setuju, 17% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 61% responden yang menjawab setuju, dan 13% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.77 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kelima pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum diberbagai tempat.

Pada pernyataan ketujuh yaitu Scarlett memiliki official store sehingga dapat dibeli online, terdapat sebanyak 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 0% responden menjawab tidak setuju, 0% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 10% responden yang menjawab setuju, dan 89% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 4.86 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ketujuh pada variabel keputusan pembelian, yaitu Scarlett memiliki official store sehingga dapat dibeli online.

Pada pernyataan kedelapan yaitu Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum kapanpun, terdapat sebanyak 0% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 8% responden menjawab tidak setuju, 11% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 65% responden yang menjawab setuju, dan 16% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.89 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kedelapan pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum kapanpun.

Pada pernyataan kesembilan yaitu Anda membeli Scarlett Acne Serum 1 bulan sekali, terdapat sebanyak 7% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 18% responden menjawab tidak setuju, 21% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 47% responden yang menjawab setuju, dan 7% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 3.29 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesembilan pada

variabel keputusan pembelian, yaitu Anda membeli Scarlett Acne Serum 1 bulan sekali.

Pada pernyataan kesepuluh yaitu Anda membeli Scarlett Acne Serum lebih dari 1 dalam sekali beli, terdapat sebanyak 9% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 33% responden menjawab tidak setuju, 21% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 35% responden yang menjawab setuju, dan 2% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 2.88 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesepuluh pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda membeli Scarlett Acne Serum lebih dari 1 dalam sekali beli.

Pada pernyataan kesebelas yaitu Anda melakukan pembelian dengan jumlah yang Anda butuhkan, terdapat sebanyak 0% responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 7% responden menjawab tidak setuju, 11% responden menjawab netral, terdapat 49% responden menjawab setuju, dan sebanyak 33% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4.08 (setuju). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan kesembilan pada variabel keputusan pembelian, yaitu Anda melakukan pembelian dengan jumlah yang Anda butuhkan.

Setelah dilihat dan dianalisis secara keseluruhan, pada variabel keputusan pembelian diperoleh sebanyak 6% responden yang menjawab sangat tidak setuju, kemudian terdapat sebanyak 27% responden yang menjawab tidak setuju, sebanyak 38% responden menjawab netral, terdapat sebanyak 106% responden menjawab setuju, dan 43% responden menjawab sangat setuju, dengan angka penafsiran sebesar 8.15 (setuju). Maka dapat ditarik kesimpulannya, bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap seluruh pernyataan pada variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis juga dapat dikatakan bahwa Scarlett Whitening Acne Serum telah memenuhi seluruh indikator keputusan pembelian.

4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan ketika sudah mendapatkan seluruh jawaban dari responden. Uji kualitas data sangatlah penting dilakukan sebelum melakukan uji yang lainnya. Data penelitian yang sudah terkumpul yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Alasannya agar data yang diperoleh tersebut benar-benar handal, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan, Sujarweni (2022:106). Berikut disajikan hasil

uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas untuk *item* pernyataan yang sudah dinyatakan valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Ghozali dalam Sujarweni (2022:165). Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada *output cronbach alpha*).

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas, yaitu data dapat dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ *product moment*, dan sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Diketahui jumlah responden adalah sebanyak 100 orang, maka nilai r_{tabel} -nya pada pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$) adalah 0.196. Hasil uji validitas data dapat dilihat melalui tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

NO	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Scarlett bekerja aktif pada kulit	0.817	Valid	Nilai rhitung > 0.196
2	Efek penggunaan nyaman sesuai manfaat produk	0.826	Valid	Nilai rhitung > 0.196
3	Scarlet acne serum mencerahkan kulit dan mengontrol minyak	0.786	Valid	Nilai rhitung > 0.196
4	Scarlett Acne Serum menjaga kulit agar tidak sensitif	0.741	Valid	Nilai rhitung > 0.196
5	Efek samping tidak mengganggu	0.713	Valid	Nilai rhitung > 0.196
6	Hasil terasa dalam waktu singkat	0.812	Valid	Nilai rhitung > 0.196
7	Scarlett Acne Serum nyaman pada kulit	0.768	Valid	Nilai rhitung > 0.196

8	Tidak breakout setelah penggunaan	0.790	Valid	Nilai rhitung > 0.196
9	Scarlett Acne Serum menyembuhkan jerawat	0.819	Valid	Nilai rhitung > 0.196
10	Scarlett Acne Serum merawat kulit	0.762	Valid	Nilai rhitung > 0.196
11	Formula pada Scarlett Acne Serum sesuai kebutuhan kulit	0.495	Valid	Nilai rhitung > 0.196
12	Scarlett Acne Serum memiliki kemasan aman	0.517	Valid	Nilai rhitung > 0.196
13	Serum tidak mencair dan tetap sesuai dalam kondisi apapun	0.532	Valid	Nilai rhitung > 0.196
14	Scarlett memiliki garansi	0.430	Valid	Nilai rhitung > 0.196
15	Packing aman menjadikan Scarlet diterima dengan aman	0.641	Valid	Nilai rhitung > 0.196
16	Warna cairan serum tidak keruh	0.513	Valid	Nilai rhitung > 0.196
17	Kemasan Scarlett Acne Serum transparan dan warna cerah	0.612	Valid	Nilai rhitung > 0.196
18	Aroma serum tidak mengganggu penciuman	0.757	Valid	Nilai rhitung > 0.196
19	Komposisi pada Scarlett Acne Serum sesuai dengan kebutuhan	0.786	Valid	Nilai rhitung > 0.196
20	Kualitas yang sesuai menjadikan orang yakin membelinya	0.441	Valid	Nilai rhitung > 0.196

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang ditampilkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS (terlampir) untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.196, sehingga dapat dibuktikan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

NO	PERNYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Scarlett Acne Serum memiliki pilihan beragam	0.648	Valid	Nilai rhitung > 0.196
2	Pilihan Serum Scarlett tetap dapat menyembuhkan jerawat	0.632	Valid	Nilai rhitung > 0.196
3	Anda memilih Scarlett Acne Serum karena sesuai kebutuhan	0.713	Valid	Nilai rhitung > 0.196
4	Scarlett Acne Serum menjadi pilihan merek untuk sembuhkan jerawat	0.504	Valid	Nilai rhitung > 0.196
5	Anda memilih Scarlett Acne Serum karena tertarik	0.686	Valid	Nilai rhitung > 0.196
6	Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum diberbagai tempat	0.591	Valid	Nilai rhitung > 0.196
7	Scarlett memiliki official store sehingga dapat dibeli online	0.312	Valid	Nilai rhitung > 0.196
8	Anda dapat membeli Scarlett Acne Serum kapanpun	0.374	Valid	Nilai rhitung > 0.196
9	Anda membeli Scarlett Acne Serum 1 bulan sekali	0.542	Valid	Nilai rhitung > 0.196
10	Anda membeli Scarlett Acne Serum lebih dari 1 dalam sekali beli	0.420	Valid	Nilai rhitung > 0.196
11	Anda melakukan pembelian dengan jumlah yang Anda butuhkan	0.408	Valid	Nilai rhitung > 0.196

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang ditampilkan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS (terlampir) untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari 0.196, di mana angka

tersebut didapatkan melalui tabel r dengan derajat kebebasan 98 serta menggunakan taraf signifikansi 5% untuk pengujian dua arah.

Maka dapat dibuktikan bahwa semua *item* pernyataan pada variabel keputusan pembelian tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap *item* pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $>0,60$, (Ghozali dalam Sujarweni 2022:158). Di bawah ini penulis sajikan daftar *cronbach alpha* untuk semua variabel penelitian yang ada, baik variabel bebas maupun terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program of Social and Science* (SPSS).

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	<i>Cronbach α</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Produk	0.951	Reliabel	<i>Cronbach $\alpha > 0.6$</i>
2	Keputusan Pembelian	0.847	Reliabel	<i>Cronbach $\alpha > 0.6$</i>

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (data diolah)

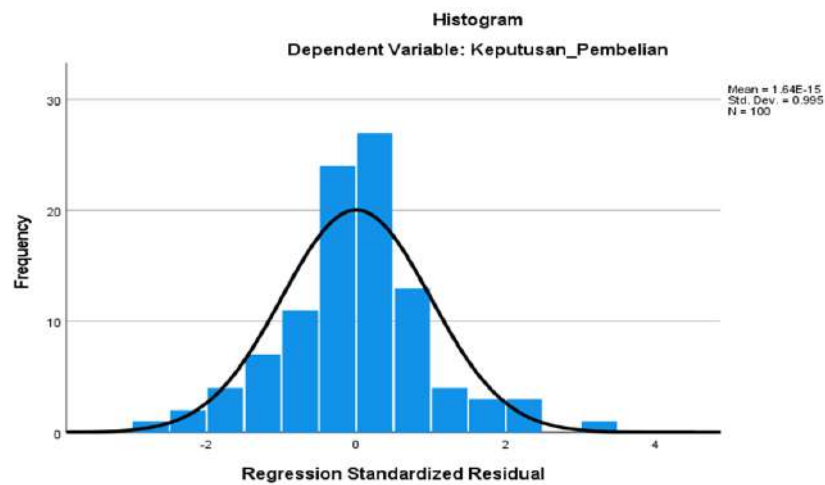
Berdasarkan tabel di atas, ditunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang ditampilkan pada Tabel *Reliability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0.6, yakni untuk variabel kualitas produk sebesar 0.951 serta untuk variabel keputusan pembelian sebesar 0.847. Sehingga dapat dibuktikan bahwa instrumen penelitian ini andal (reliabel) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah diketahui semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan sekarang adalah uji asumsi klasik. Di mana Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melaksanakan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu meliputi: (1) uji normalitas dan (2) uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual harus medistribusi normal. Oleh karena itu perlu ditelaah apakah data penelitian yang diteliti berasal dari populasi yang sebarannya normal atau tidak. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, seperti terlihat pada gambar berikut.

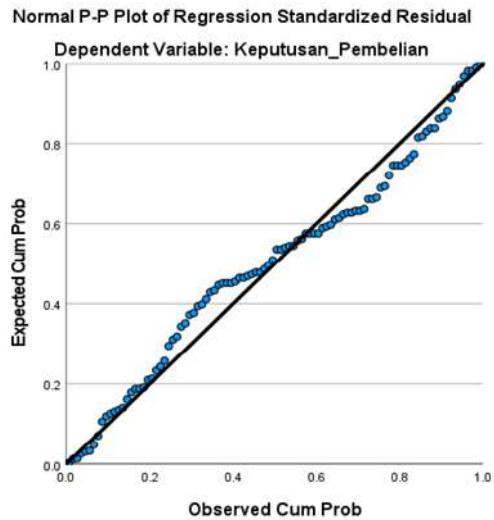


Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Grafik histogram di atas menunjukkan bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditampilkan oleh histogram yang tidak miring ke kanan maupun ke kiri, serta data pada garis melengkung membentuk lonceng terbalik.

Kemudian titik tertinggi pada garis melengkung sejajar dengan nol dan banyaknya angka di sebelah nol sama banyak.



Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas (Grafik P-P Plot)

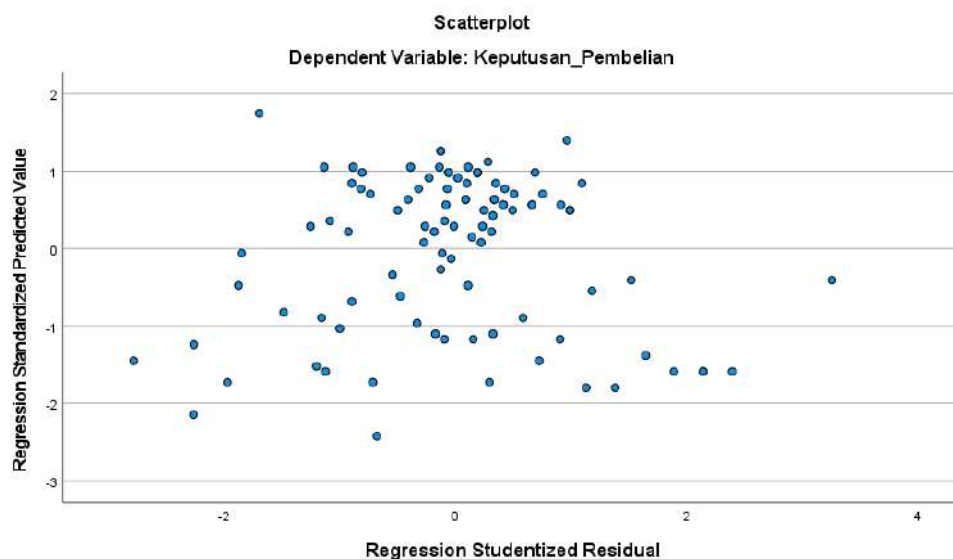
Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Pada grafik P-P Plot di atas dapat dilihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh data-data pada P-P Plot yang hampir mendekati atau mengikuti garis diagonal.

Sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear sederhana. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu



Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

pengamatan ke pengamatan lain atau tidak. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Hipotesis dalam uji heteroskedastisitas yaitu: H_0 = tidak terdapat heteroskedastisitas, H_1 = terdapat heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Di bawah ini penulis sajikan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu X dan Y. Hal ini membuktikan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.

4.1.7. Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah pengujian hipotesis. Uji hipotesis bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, koefisien determinasi (R^2), dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada tabel berikut ini. dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya yaitu persamaan regresi linear sederhana.

Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.192	2.048	8.883	<.001
	Kualitas_Produk	.318	.028	.750	<.001

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat dihasilkan persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut.

$$Y = 18.192 + 0.318X$$

Yang berarti bahwa:

- a. Konstanta sebesar 18.192 yang berarti jika variabel kualitas produk dianggap nol maka variabel keputusan pembelian sebesar 18.192.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai sebesar 0.318 yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 0.318 maka keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.318.

2. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening Acne Serum, maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen keputusan konsumen dapat dilihat pada Tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan pengolahan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*, sebagaimana tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 4.8. Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.563	.558	4.05496

- a. Predicators : (constant), X (Kualitas Produk)
- b. Dependent Variable: Y (Keputusan Pembelian)

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0.558 atau 55,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berupa Kualitas Produk berpengaruh sebesar 55,8% terhadap Keputusan Pembelian pada Scarlett Whitening Acne Serum, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 45,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir, perlu dilakukan Uji t atau yang lebih dikenal sebagai Uji Parsial. Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

secara parsial atau sendiri-sendiri. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Scarlett Whitening Acne Serum.

Adapun Hasil Uji t penelitian ini disajikan pada Tabel 4.7 *Coefficients* di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig-nya. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) < 0.05, untuk tingkat signifikansi tertentu maka hasil pengujian adalah menolak H_0 dan menerima H_a pada tingkat signifikansi tersebut. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas (sig) > 0.05, maka hasil pengujiannya adalah menerima H_0 dan menolak H_a pada tingkat signifikansi tersebut. Guna lebih jelasnya dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 4.9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	T		Sig.		KESIMPULAN
	t_{hitung}	t_{tabel}	Hasil	$\alpha = 5\%$	
Kualitas Produk	11.226	1.984	<0.001	< 0.05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima, maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansinya. Menurut Tanjung & Mulyani (2021:114), signifikansi dalam statistik berarti kemungkinan atau berpeluang betul-betul benar, benar berbeda atau nyata. pada umumnya peneliti menggunakan tingkat signifikansi (α) dalam bentuk persen, misalnya sebesar 5% atau 0.05 atau lebih kecil dari nilai tersebut untuk melakukan penolakan hipotesis nol (H_0) Nilai t_{tabel} pada pengujian dua arah pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$), dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 98 adalah 1.984. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Scarlett Whitening Acne Serum. Sebab t_{hitung} (11.226) > t_{tabel} (1.984) serta nilai signifikansinya di bawah 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.2. Pembahasan

Penelitian yang melibatkan sebanyak 100 orang responden dengan tujuan memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X yaitu Kualitas Produk terhadap variabel Y yaitu Keputusan Pembelian dengan tanpa memecahnya atas masing-masing unsur dari dimensi kualitas produk itu sendiri dilakukan karena metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis regresi linear sederhana.

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan, kualitas scarlett whitening acne serum masih perlu dievaluasi karena sampai saat ini masih terdapat. Sebab jika tidak dilakukan, maka hal tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian terkait hal ini perlu dan layak untuk dilakukan agar setidaknya dapat menjawab segala permasalahan yang ada, di antaranya yaitu dengan menggunakan variabel kualitas produk yang meliputi indikator Performa (*performance*), Keistimewaan (*features*), Keandalan (*reliability*), Kesesuaian (*conformance*), Daya Tahan (*durability*), Kemampuan Pelayanan (*service ability*), Estetika (*aesthetics*), dan Kualitas yang dipersiapkan (*perceived quality*). Dari variabel kualitas produk independen yang digunakan tersebut, terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Scarlett Whitening Acne Serum.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada pada kuesioner dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0.196$. Kemudian hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua memiliki koefisien keandalan atau *cronbach alpha* > 0.6 , hal ini menyatakan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini yaitu $Y = 18.192 + 0.318X$. Pada upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependennya, diperoleh nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.558 atau 55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen adalah sebesar 55%, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini, misalnya harga, promosi, maupun lokasi atau yang lainnya.

Selanjutnya untuk menentukan hipotesis atau mengetahui H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima, maka dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Di mana nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$) adalah 1.984. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, $H_1: \beta_1 \neq 0$ maka H_0 ditolak dan H_1

diterima, yang artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Scarlett Whitening Acne Serum karena $t_{hitung} (11.226) > t_{tabel} (1.984)$, serta nilai signifikansinya di bawah 0.05. Hal ini menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak Scarlett untuk selalu mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dengan baik, sebab hal tersebut amatlah berpengaruh terhadap keputusan dari para konsumen.

Atas dasar hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa menurut hasil perhitungan analisis regresi, pada indikator Performa (*performance*) mampu mendorong variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa Scarlett Whitening Acne Serum bekerja aktif pada kulit dan efek penggunaannya terasa nyaman. Dengan kemampuan serum ini dapat menjadikan konsumen merasa serum ini sesuai dengan manfaat produk.

Menurut hasil perhitungan analisis regresi, indikator Keistimewaan (*Features*) dapat mendorong Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Serum Acne Scarlett tetap harus memperhatikan keistimewaan produknya, sehingga konsumen akan tetap merasa bahwa Scarlett Whitening Acne Serum menjaga kulit agar tidak sensitif, mencerahkan kulit serta mengontrol minyak berlebih.

Indikator Keandalan (*reliability*) menurut hasil perhitungan analisis regresi juga mampu mendorong Kualitas Produk agar berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Kecepatan hasil penggunaan dan kenyamanan setelah penggunaan harus dimaksimalkan, karena hal ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Indikator kesesuaian (*conformance*) menurut perhitungan analisis regresi dapat mendorong Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini tentunya perlu diperhatikan, bahwa kualitas yang berupa kesesuaian antara formula dengan kebutuhan kulit harus mampu menarik minat konsumen. Scarlett Whitening Acne Serum diharapkan untuk terus meningkatkan kualitasnya sehingga dapat menyembuhkan jerawat.

Indikator daya tahan (*durability*) menurut perhitungan analisis regresi dapat mendorong Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Terkait hal ini, Scarlett Whitening Acne Serum sudah membuat kemasan serum yang aman dan terlindungi serta Serum yang diproduksi tidak mudah mencair dan tetap sesuai dalam kondisi apapun. Tentunya daya tahan ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Indikator Kemampuan Pelayanan (*Service Ability*) menurut perhitungan analisis regresi dapat mendorong Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan pengiriman yang cepat dan aman, packing yang aman serta Scarlett yang memiliki garansi, akan membuat konsumen merasa yakin untuk membeli Scarlett Whitening Acne Serum.

Indikator Estetika (*aesthetics*) menurut hasil perhitungan analisis regresi juga mampu mendorong Kualitas Produk agar berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini tentunya perlu diperhatikan. Keindahan desain kemasan, warna serum dan aroma serum akan menimbulkan kenyamanan penggunaanya.

Menurut hasil perhitungan analisis regresi, indikator Kualitas yang Dipersiapkan (*perceived quality*) dapat mendorong Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas yang sesuai menjadikan orang yang belum pernah menggunakan Scarlett Whitening Acne Serum merasa yakin untuk membeli. Tentunya perlu dipertahankan agar konsumen melakukan pembelian secara berulang.