

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
PT. RAJA WHITENING**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICES AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER DECISIONS
PT. RAJA WHITENING***

Oleh
Hilmi Fitria
2411907484

SKRIPSI



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

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
PT. RAJA WHITENING**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICES AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER DECISIONS
PT. RAJA WHITENING***

**Oleh
Hilmi Fitria
2411907484**

SKRIPSI

Telah didisahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 15 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Eko Wahyu Widayat, S.Si, S.E, M.M
NIDN/NUPTK 0131017804

Dr. Henky Hendrawan, M.M., M.Si
NIDN/NUPTK 7048743644130093

Mengetahui,

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Prof. Drs. Abdul Hamid, M.S
NIDN/NUPTK 2017065701

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN
PT. RAJA WHITENING**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICES AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER DECISIONS
PT. RAJA WHITENING***

**Oleh
Hilmi Fitria
2411907484**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 15 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Husen Sutisna, S.P., M.Si
NIDN/NUPTK 0407017901

Judianto Tjahjo Nugrogo, S.E., M.M
NIDN/NUPTK 0306117103

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilmi Fitria
NIM : 2411907484
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 32011164701000007
Alamat : Perum Dramaga Pratama RT/RW 006/006.
Cibadak. Kecamatan Ciampea. Kabupaten Bogor
16820

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Raja Whitening, ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Juli 2025

Penulis

Hilmi Fitria

ABSTRAK

Hilmi Fitria. NIM 2411907484. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Raja Whitening

Industri kecantikan, di mana PT. Raja Whitening sebagai salah satu pemain di dalamnya, perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan. Beberapa faktor internal yang mempengaruhi Keputusan Pembelian antara lain motivasi, persepsi, sikap, dan gaya hidup. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menganalisis apakah Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Raja Whitening. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan G-form dengan penentuan sample menggunakan rumus slovin dengan total 79 responden. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha >0,6. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 5.390 + 0,154 X_1 + 0,406 X_2 + 0,155 X_3$ dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam nilai adjusted R square menunjukkan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,836 atau 83.6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 83.6%. sisanya sebesar 16.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Hilmi Fitria. NIM 2411907484. The Influence of Price, Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions at PT. Raja Whitening

The beauty industry, where PT. Raja Whitening as one of the players in it, needs to understand the factors that influence customer Purchasing Decisions. Some internal factors that influence Purchasing Decisions include motivation, perception, attitude, and lifestyle. Meanwhile, external factors include culture, social class, reference groups, and marketing factors such as price, product quality, and service quality. The purpose of this study was to prove and analyze whether the Influence of Product Quality Price and Service Quality on Purchasing Decisions at PT. Raja Whitening. The type of research used is quantitative research with a research method in the form of data collection using a questionnaire using G-form with sample determination using the slovin formula with a total of 79 respondents. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of the validity test show that all statements in the distributed questionnaire are declared valid. The results of the reliability test show that all have a reliability coefficient or Cronbach's alpha >0.6. This states that the statements in the questionnaire are reliable. The regression equation obtained from this study is $Y = 5,390 + 0.154 X_1 + 0.406 X_2 + 0.155 X_3$ in an effort to identify how far the influence of the independent variable on the dependent variable is obtained from the determination coefficient value. As previously explained, the determination coefficient value expressed in the adjusted R square value shows that the adjusted R square value is 0.836 or 83.6%. So it can be concluded that the variables Price, Product Quality and Service Quality are 83.6%. while the remaining 16.4% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Price Product Quality Service Quality Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi guru terbaik dan menjadi suri tauladan bagi umat Islam diseluruh dunia.

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Permata Sentul Golf and Country Club ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan dalam penelitian ini. Dalam proses penulisannya, tentu penulis dibantu oleh banyak pihak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, peneliti memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'I, S.E selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini hingga kini telah mendapatkan akreditasi B.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Bogor yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Terlepas dari semuanya penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan, dengan tangan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Depok, 15 Juli 2025

Penulis

Hilmi Fitria

DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Perumusan Masalah.....	4
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.5.1. Maksud Penelitian	5
1.5.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Kegunaan Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Konsep Manajemen.....	9
2.1.3. Pengertian Jasa	9
2.1.4. Harga	10
2.1.5. Kualitas Produk	12
2.1.6. Kualitas Pelayanan	15
2.1.7. Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual	23
2.4. Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27

	halaman
3.4. Sumber Data	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Definisi Operasional Variabel	29
3.6.1. Variabel Bebas	30
3.6.2. Variabel Terikat	33
3.7. Teknik Analisis Data	35
3.7.1. Skala Pengukuran	36
3.7.2. Persamaan Regresi	36
3.7.3. Uji Kualitas Data	37
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	39
3.7.5. Uji Hipotesis	40
 BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.2. Frekuensi Jawaban Responden.....	47
4.1.3. Tanggapan Responden	49
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	60
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	68
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.3. Intrepretasi Hasil Penelitian.....	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran	76
 DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Rencana Pelaksanaan Penelitian	26
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.3. Skor kepentingan tiap indikator (skala likert).....	36
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Harga	49
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Kualitas Produk	52
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Harga.....	60
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel 4.11. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	64
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.14. Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.15. Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.17. Hasil Uji Pengaruh Dominan	72

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1. Price List Varian Parfum.....	2
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	20
Gambar 4.1. PT. Raja Whitening	46
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	80
Lampiran 2. Surat Keterangan Perusahaan	85
Lampiran 3. Riwayat Hidup.....	86
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi	87
Lampiran 5. Tabulasi	88
Lampiran 6. Hasil Olah Data SPSS.....	90
Lampiran 7. Tabel T.....	115
Lampiran 8. Tabel F.....	116
Lampiran 9. Hasil Cek Plagiasi.....	117

