



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK  
“CITRA HAND AND BODY LOTION”**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**Indriyani Rahayu  
NIM. 13.1041.1224**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
MEI, 2017**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indriyani Rahayu  
NIM : 1310411224  
Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK “CITRA HAND AND BODY LOTION” (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Mei 2017

Yang menyatakan,

Indriyani Rahayu  
NIM. 1310411224

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK “CITRA HAND AND BODY LOTION”**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Jember)**

**Oleh:**

**Indriyani Rahayu**

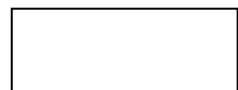
**NIM : 131.041.1224**

**Pembimbing**

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Trias Setyowati, SE, SH, MM



## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul; Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek “Citra Hand And Body Lotion” (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) Pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 13 Mei 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji,

Dr. Toni Herlambang, MM  
NPK. 06 03 425

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM

NPK. 06 03 426

Trias Setyowati, SE, SH, MM

NPK. 05 09 477

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si  
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 85 031 25

## **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

“Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah untuk tenang dan sabar”

(Khalifah Umar)

## **PERSEMBAHAN**

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terimakasih kepada keluargaku terutam pada orang tua Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada hentinya hingga sampai saat ini aku bisa menyelesaikan bidang perkuliahan ini.
2. Terimakasih kepada Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah yang telah memberikan kemudahan penyelesaian skripsi ini.
3. Terimakasih kepada Bapak Drs. Anwar, M.Sc selaku Ketua Program Studi dan Ibu Bayu Wijayantini, SE, MM selaku Wakil Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Terimaksih kepada Bapak Dr. Toni Herlambang, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
5. Terimakasih kepada kedua Pembimbing saya, Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Trias Setyowati, SE, SH, MM selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar.
6. Terimakasih untuk kesayanganku Emilia Alexamdra, Mariyana, Fitri Khairunnisa, Jelang Ikrar, Heru Trihatmoko yang selalu memberi semangat dan support.
7. Dan terimakasih untuk semua temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada mahluk-Nya. Sholawat serta salam senantiasa dihadiahkan bagi baginda alam Nabi Muhammad SAW, berserta keluarga. Alhamdulillah akhirnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)”).

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Terimakasih kepada Bapak Drs. Anwar, M.Sc selaku Ketua Program Studi dan Ibu Bayu Wijayantini, SE, MM selaku Wakil Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Drs. Toni Herlambang, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
4. Dr. Nurul Qomariah, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Trias Setyowati, SE, SH, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini serta memberikan saran dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada orang tua dan saudara yang memberikan semangat.
6. Teman-teman seperjuangan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2013 tanpa terkecuali atas kebersamaannya.

Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua Amin.

Jember, 15 April 2017

Peneliti

## DAFTAR ISI

|                                | <b>halaman</b> |
|--------------------------------|----------------|
| <b>COVER .....</b>             | i              |
| <b>COVER DALAM .....</b>       | ii             |
| <b>PERNYATAAN.....</b>         | iii            |
| <b>PERSETUJUAN.....</b>        | iv             |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b> | v              |
| <b>MOTO .....</b>              | vi             |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>        | vii            |
| <b>ABSTRAK .....</b>           | viii           |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>     | x              |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>         | xii            |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>      | xiv            |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>       | xv             |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | xvi            |

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

|  |   |
|--|---|
| 1.1 latar Belakang .....                 | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                | 6 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian ..... | 7 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian.....             | 7 |
| 1.3.2 Kegunuaan penelitian .....         | 8 |

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Landasan Teori .....  | 9  |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian .....   | 9  |
| 2.1.2 Proses Keputusan Pembelian .....  | 10 |
| 2.1.3 Aspek-aspek Keputusan Pembelian .....                                     | 12 |
| 2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan..... | 13 |
| 2.2 Definisi Harga .....  | 17 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2.2.1 Penetapan Harga .....    | 17 |
| 2.3 Definisi Kualitas.....     | 19 |
| 2.3.1 Definisi Produk.....     | 20 |
| 2.3.2 Kualitas Produk .....    | 21 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu ..... | 23 |
| 2.5 Kerangka Teoritis .....    | 27 |
| 2.5 Hipotesis .....            | 29 |

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Identifikasi Variabel.....                    | 31 |
| 3.1.1 Variabel Bebas (Independent Variabel) ..... | 31 |
| 3.1.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel) ..... | 31 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel.....            | 32 |
| 3.2.1 Harga.....                                  | 32 |
| 3.2.2 Kualitas Produk.....                        | 32 |
| 3.2.3 Keputusan Pembelian.....                    | 32 |
| 3.3 Desain Penelitian.....                        | 33 |
| 3.4 Jenis Data .....                              | 33 |
| 3.4.1 Data Primer .....                           | 33 |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                         | 34 |
| 3.5 Populasi dan Tehnik Pengambilan Sampel .....  | 34 |
| 3.5.1 Populasi .....                              | 34 |
| 3.5.2 Sampel .....                                | 35 |
| 3.6 Tehnik Pengumpulan Data .....                 | 36 |
| 3.6.1 Observasi .....                             | 36 |
| 3.6.2 Kuesioner.....                              | 36 |
| 3.6.3 Studi Pustaka .....                         | 37 |
| 3.7 Tehnik Analisis Data.....                     | 38 |
| 3.7.1 Analisis Data Kuantitatif .....             | 38 |
| 3.7.2 Uji Instrumen Data .....                    | 39 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....                     | 40 |
| 3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....             | 41 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis..... | 41 |
|--------------------------------|----|

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum .....   | 44 |
| 4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi Universitas<br>Muhammadiyah Jember ..... | 44 |
| 4.1.2 Uraian Produk Citra.....  | 47 |
| 4.2 Analisis Deskriptif.....  | 51 |
| 4.2.1 Diskripsi Statistik Responden.....                                | 51 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden .....                    | 51 |
| 4.3 Hasil Analisis Data.....  | 56 |
| 4.3.1 Uji Instrumen Data .....  | 56 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Berganda.....                                    | 58 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....   | 59 |
| 4.3.4 Uji Hipotesis .....   | 61 |
| 4.4 Pembahasan.....   | 64 |
| 4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....                  | 64 |
| 4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....     | 65 |

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 5.1 Kesimpulan.....         | 67        |
| 5.2 Saran.....              | 68        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>69</b> |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....  | 11 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian .....  | 28 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah<br>Jember ..... | 46 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedestisitas .....   | 60 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....   | 61 |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Hand And Body Lotion Tahun 2014-2016...4                         |    |
| Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Citra Hand And Body Lotion .....                                    | 5  |
| Tabel 1.3 Harga Hand And Body Lotion .....  | 6  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 24 |
| Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah<br>Jember Tahun 2013-2015..... | 34 |
| Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....   | 37 |
| Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Usia Pelanggan .....   | 51 |
| Tabel 4.2 Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Harga .....                                   | 52 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Kualitas Produk .....                         | 53 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Responden Terhadap Indikator dari Keputusan Pembelian ..                        | 55 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji validitas.....  | 57 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....   | 57 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 58 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....  | 59 |
| Tabel 4.9 Hasil uji Hipotesis .....   | 62 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik F.....   | 63 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....  | 64 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 3 Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran 4 Hasil Output SPSS Vesion 23

Lampiran 5 Tabel R Product Moment, Tabel Distribusi F, Dan Tabel Distribusi T

Lampiran 6 Dokumentasi

Lampiran 7 Penelitian Terdahulu

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, Hesty Tri Ayu dan Seno Sumowo, 2015, *Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2011-2013)*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol.1 No.1
- Basu, Swastha dan Ibnu Sukotjo, 2007, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Basu, Swastha DH., Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Buchari, Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy, 2008, *Pemasaran Dasar-pendekatan manajemen global*, Jakarta: Salemba empat.
- Cahyono, Dwi dan Kusumaningrum, 2016, *Pengaruh Faktor-Faktor Individual DanBauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Lewat Resep Pada Apotik Rawat Jalan Di Insta*, Volume VI, No.2, Desember 2016, halaman 120 – 132.
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT Sarana Tutorial.
- Dinan, Fira, M. Naely Azha dan Fety Fatimah, 2016, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 2. No. 1 ISSN: 1412-5366
- Djaslim, Saladin, 2007, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Bandung: CV Linda Karya.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milineum diterjemahkan Benyamin Molan , PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2007, ***Dasar-Dasar Pemasaran***, Edisi Bahasa Indonesia , Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2008, ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***, Jilid 1 Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2012, ***Prinsip-Prinsip Pemasaran***, Jilid 1 Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2007, ***Manajemen Pemasaran***, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta, Nurani Sejahtera.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, ***Manajemen Pemasaran***, Jilid 1 Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2012. ***Marketing Management***, 14th, Person Education.
- Malhotra, Naresh, 2007, ***Marketing Research : an applied orientation***, pearson education, inc., fifth edition. New Jearsey : USA.
- Martono, Nanang. 2011. ***Metode Penelitian Kuantitatif***, Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Malhotra, Naresh. 2014. ***Basic Marketing Research***, Pearson Education, England.
- Qomariah, Nurul, 2011, ***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)***, JEAM Vol X No. 1.
- Schiffman dan Kanuk, 2008, ***Perilaku konsumen***, Edisi 7, Jakarta: Indeks
- Suryani, Tatik, 2008, ***Perilaku Konsumen:Implikasi Pada Strategi Pemasaran***, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinambela, L.P, 2010, ***Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan dan Implementasi***, cetakan kelima Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2009, ***Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)***, Bandung: Alfabetika.
- Sugiyono, 2010, ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***, Bandung: Afabetika.
- Sugiyono, 2011, ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***, Bandung: Afabetika.
- Sugiyono, 2012, ***Memahami Penelitian Kualitatif***, Penerbit CV, Alfabetika: Bandung.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Afabeta

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, CV.Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2010 *Pemasaran Strategik*, Edisi Pertama. Yogyakarta.

<https://manufakturindo.com/news/detail/apa-kabar-industri-kosmetik-indonesia-1.html>

<http://www.topbrand-award.com/>

[http://www.rumahcantikcitra.co.id/rumah\\_cantik\\_tentang/](http://www.rumahcantikcitra.co.id/rumah_cantik_tentang/)

<https://www.unilever.co.id/brands/our-brands/citra.html>