



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* POND
PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN**

SKRIPSI

Banan Qoimatul Haq

1802025449

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
PONDS PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN**

Skripsi
Banan Qoimatul Haq
1802025449

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PONDOS PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN" merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawab dan bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Jakarta, Desember 2022



(Banan Qoimatul Haq)

NIM. 1802025449

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* POND'S PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN**


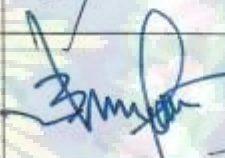
NAMA : **BANAN QOIMATUL HAQ**

NIM : **1802025449**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

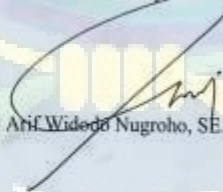
TAHUN AKADEMIK : **2021/2022**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf, SE., MM	
Pembimbing II	Emaridial Ulza, SE., MA	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA


Arif Wideda Nugroho, SE., MM

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PONDOS PADA REMAJA DI
TAMBUN SELATAN**

yang disusun oleh:
Banan Qoimatul Haq
1802025449

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kejarjangan strata - satu (S1)
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

Pada tanggal:

Tinjauan:

Kena, merangkap anggota:

(Dr. Asep Setiawan, SE., MM)

Sekretaris, merangkap anggota:

(Fazal Ridwan Zamrovi, SE., MM)

Anggota:

(Ani Silvia, S.TP., M.S.M)

Mengetahui,

Kena Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

(Ani Widada Nugroho, SE., MM)

(Dr. Zulfitriani, SE., M.S)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Banan Qoimatul Haq
NIM : 180202544
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* POND'S PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN”**

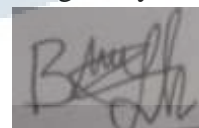
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat: Jakarta

Pada Tanggal:

Yang menyatakan



(Banan Qoimatul Haq)

ABSTRAK

Banan Qoimatul Haq (1802025449)

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* PONDOS PADA REMAJA DI TAMBUN SELATAN,

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2022. Jakarta.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Penetapan Harga, Keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian produk *skincare* ponds. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan data yang diperoleh dengan melakukan kuesioner online menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial dan hasil data yang diperoleh dan diolah menggunakan *software* SPSS versi 26. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para remaja yang berada di Tambun Selatan. Kemudian untuk sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Tehnik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,950 > t_{tabel} 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Nilai signifikansi yang dimiliki pada variabel penetapan harga adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,501 > t_{tabel} 1,984$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel Penetapan Harga (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 181,073 > F_{tabel} 3,09$ yang membuktikan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima dan nilai menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada kualitas produk (X_1) dan Penetapan Harga (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan hasil sebesar 0,784 yang artinya bahwa Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan Penetapan Harga sebesar 78,4% dan sebesar 21,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Banan Qoimatul Haq (1802025449)

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICING ON THE PURCHASE DECISION OF SKINCARE PRODUCTS IN ADOLESCENTS IN TAMBUN SELATAN,

Thesis. Undergraduate Program in Management Studies Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2022. Jakarta.

Keywords: Product Quality, Pricing, Purchase Decision

This study aims to determine how the influence of product quality and pricing on the purchasing decisions of ponds skincare products. The variables used in this study are Product Quality (X1), Pricing (X2), and Purchase Decisions (Y). The research method used in this study is a quantitative method using data obtained by conducting online questionnaires using google forms distributed through social media and the results of the data obtained and processed using SPSS version 26 software. The population used in this study were teenagers who were in South Tambun. Then for the sample used for this study as many as 100 respondents using purposive sampling method. Data processing and analysis techniques used in this research are descriptive analysis, data quality test, multiple linear regression analysis, classical assumption test, hypothesis testing, and coefficient of determination. The results of this study indicate that the quality of the product has a significance value of $0.000 < 0.05$ and the tcount value is $4,950 > t_{table} 1,984$, so it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted, which means that there is a partial significant effect on the Product Quality variable (X_1) on the variable. Purchase Decision (Y). The significance value possessed by the pricing variable is $0.000 < 0.05$ and the tcount $6.501 > t_{table} 1.984$, it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted, which means that there is a partial significant effect on the Pricing Variable (X2) on Purchase Decision variable (Y). Based on the results of the F test, it shows that the significance value is $0.000 < 0.05$ and the Fcount value is $181.073 > F_{table} 3.09$ which proves that the hypothesis in this study is accepted and the value indicates a significant effect on product quality (X1) and Pricing (X2).) simultaneously to the Purchase Decision (Y). The Adjusted R Square value shows a result of 0.784 which means that the Purchase Decision can be explained by the Product Quality and Pricing variables of 78.4% and 21.6% is explained by other variables that are not used in this study.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatuhi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamiin, dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* PONDS pada Remaja di Tambun Selatan “. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti banyak mendapat dukungan dan masukan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Gunawan Suryoputro. M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
2. Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
3. Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
4. M. Nurasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
5. Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
6. Dr. Tohirin, SHI., M.Pd.I selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

7. Arif Widodo Nugroho, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
8. Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Emaridial Ulza, S.E., M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kedua Orang Tua, Kakak-kakak, Adik dan seluruh keluarga atas doa dan dukungan moril maupun materil yang selalu menjadi motivasi dalam menjalani proses penelitian ini dalam mengerjakan tugas akhirs skripsi yang diberikan pada penulis.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Ratih Kumalasari, Alfi Zakiyah Abubakar, Widad Zulfa Amalia, Aditya W, Yulia Wijayani, Ghani Almira dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri saya yang sudah mampu bertahan selama ini dan bekerja keras untuk menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna, baik dalam tata bahasa dan ruang lingkup

permasalahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menyusun skripsi ini.

Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi lebih baik lagi. Semoga Allah membalas kebaikan dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti. Memohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, Desember 2022

Peneliti



Banan Qoimatul Haq

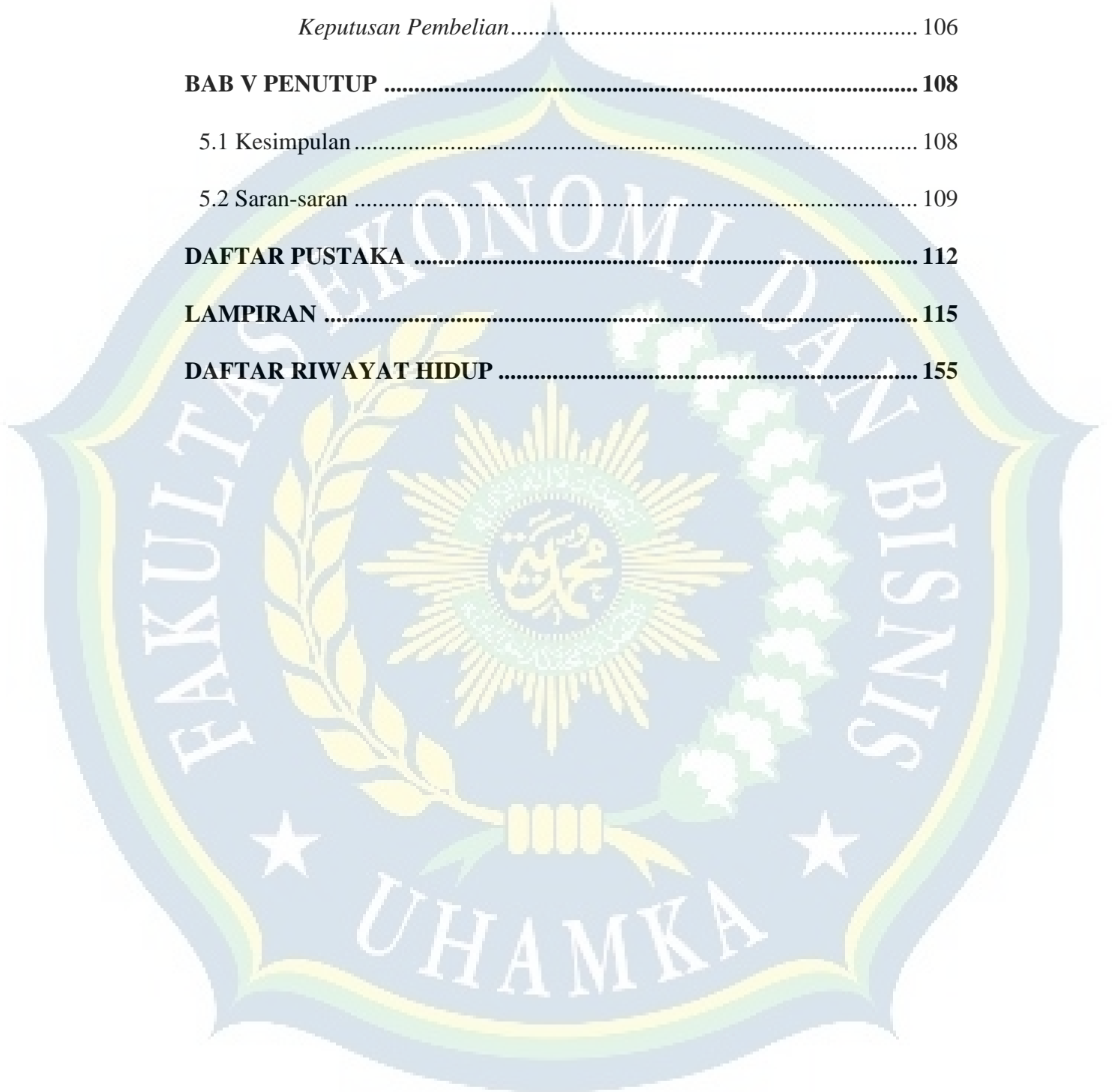
NIM. 1802025449

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	11
1.2.1 <i>Identifikasi Masalah</i>	11
1.2.2 <i>Pembatasan Masalah</i>	11
1.2.3 <i>Perumusan Masalah</i>	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	14
2.2 Telaah Pustaka	26
2.2.1 <i>Bauran Pemasaran</i>	26
2.2.2 <i>Kualitas Produk</i>	27
2.2.3 <i>Penetapan Harga</i>	31
2.2.4 <i>Keputusan Pembelian</i>	37
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.4 Rumusan Hipotesis	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Metode Penelitian	44
3.2 Operasional Variabel	44
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	48
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penumpulan Data</i>	48
3.4.2 <i>Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data</i>	49
3.4.3 <i>Tehnik Pengukuran Data</i>	49
3.5 Tehnik Pengolahan dan Analisis Data	50
3.5.1 <i>Uji Kualitas Data</i>	50
3.5.2 <i>Analisis Deskriptif</i>	51
3.5.3 <i>Analisis Linear Berganda</i>	51
3.5.4 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	52
3.5.5 <i>Uji Hipotesis</i>	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1 <i>Sejarah Umum Produk PONDS dan Perusahaan</i>	57
4.1.2 <i>Visi dan Misi</i>	58
4.1.3 <i>Variasi Produk PONDS</i>	59
4.1.4 <i>Karakteristik Responden</i>	66
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	68
4.2.1 <i>Uji Kualitas Data</i>	68
4.2.2 <i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	70
4.2.3 <i>Analisis Per Variabel</i>	71
4.2.4 <i>Analisis Linear Berganda</i>	96
4.2.5 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	97
4.2.6 <i>Uji Hipotesis</i>	101
4.2.7 <i>Uji Koefisien Determinasi</i>	103
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian.....	104
4.3.1 <i>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian</i> ...	104

4.3.2	<i>Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian .</i>	105
4.3.3	<i>Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....</i>	106
BAB V PENUTUP		108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran-saran	109
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN		115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		155



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 1 <i>Brand</i> Sabun Pembersih Wajah (Sabun).....	4
Tabel 2 <i>Brand Sun Care</i>	4
Tabel 3 <i>Brand</i> Pembersih Wajah (Bukan Sabun)	5
Tabel 4 <i>Brand</i> Pelembap Wajah	5
Tabel 5 <i>Brand Anti Aging</i>	6
Tabel 6 <i>Brand</i> Pemutih	6
Tabel 7 Hasil Pra Survei pada Remaja di Tambun Selatan	10
Tabel 8 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 9 Operasional Variabel.....	45
Tabel 10 <i>Skala Likert</i>	50
Tabel 11 Kriteria <i>Durbin Watson</i>	54
Tabel 12 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 13 Usia Responden.....	66
Tabel 14 Daerah Responden	67
Tabel 15 Variasi Produk.....	67
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	68
Tabel 17 Hasil Uji Validitas Penetapan Harga (X2).....	69
Tabel 18 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 20 Analisis Statistik Deskriptif	70
Tabel 21 Saya merasa Produk POND'S memiliki daya kerja yang sesuai dengan fungsinya.....	71

Tabel 22 Saya merasa bahan-bahan yang digunakan produk PONDS sesuai dengan kualitasnya.....	72
Tabel 23 Saya merasa variasi yang dimiliki produk PONDS sangat bagus sehingga dapat bersaing dengan <i>brand</i> lainnya.....	72
Tabel 24 Saya merasa efek hasil menggunakan produk PONDS cukup tahan lama	73
Tabel 25 Saya merasa design yang dimiliki produk PONDS di setiap variasinya memiliki tampilan yang khas sehingga saya tidak salah membeli.....	74
Tabel 26 Saya merasa design produk PONDS berbeda dengan brand lainnya sehingga mudah dikenali.....	74
Tabel 27 Saya merasa fungsi yang dimiliki produk PONDS dari setiap variasinya sesuai	75
Tabel 28 Saya merasa produk PONDS memiliki variasi yang lengkap	76
Tabel 29 Saya merasa kualitas yang dimiliki produk PONDS sesuai dengan apa yang dibutuhkan	76
Tabel 30 Saya merasa bahan-bahan yang digunakan produk PONDS dapat memenuhi kebutuhan kulit wajah	77
Tabel 31 Saya merasa tampilan kemasan produk PONDS memiliki daya tarik beli	78
Tabel 32 Saya merasa tampilan yang dimiliki dari setiap variasinya sangat sesuai	78
Tabel 33 Saya merasa produk PONDS sangat inovatif karena memiliki bentuk produk versi <i>travel size</i>	79

Tabel 34 Saya merasa tampilan produk PONDS sangat simpel dan khas	80
Tabel 35 saya merasa efek yang diberikan dari setiap variasi sangatlah sesuai ...	80
Tabel 36 Saya merasakan manfaat yang dimiliki produk PONDS	81
Tabel 37 Saya merasa sistem kerja produk PONDS sesuai dengan variasinya masing-masing	82
Tabel 38 Saya merasa kualitas yang diberikan produk PONDS sangat worth it dengan harga yang ditetapkan.....	82
Tabel 39 Saya merasa fungsi yang dimiliki produk PONDS berfungsi dengan baik	83
Tabel 40 Saya merasa puas jika produk PONDS memiliki inovasi baru pada produnya.....	84
Tabel 41 Indikator Kualitas Produk (X1).....	84
Tabel 42 Saya merasa produk PONDS memiliki harga yang sesuai dengan fungsi yang dimiliki	86
Tabel 43 Saya merasa harga yang dimiliki produk PONDS sesuai dengan kualitas yang dimiliki produk.....	87
Tabel 44 Saya merasa harga yang dimiliki produk PONDS dapat bersaing dengan <i>brand</i> lainnya	87
Tabel 45 Saya merasa harga yang dimiliki dari setiap variasinya juga dapat bersaing dengan <i>brand</i> lainnya	88
Tabel 46 Saya merasa produk PONDS harganya tergolong terjangkau terlebih untuk remaja.....	89
Tabel 47 Saya merasa harga dari setiap variasi tergolong terjangkau	89

Tabel 48 Indikator Penetapan Harga (X2)	90
Tabel 49 Saya menggunakan produk POND'S karena bahan yang digunakan dan kualitas yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan kulit wajah saya.....	91
Tabel 50 Saya memilih produk POND'S karena selebgram sudah mereview produk tersebut.....	92
Tabel 51 Saya merasa rekomendasi dari konsumen yang sudah menggunakan sangat sesuai dengan kebutuhan saya sehingga saya tertarik untuk membeli produk tersebut.....	92
Tabel 52 Saya menggunakan produk POND'S sehingga saya berani untuk merekomendasikan kepada konsumen lain.....	93
Tabel 53 Saya memilih produk POND'S karena saya merasa sesuai dengan kebutuhan kulit saya sekarang	94
Tabel 54 Saya memilih produk POND'S karena memiliki variasi yang banyak jadi bisa menyesuaikan dengan kebutuhan kulit wajah saya	94
Tabel 55 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	95
Tabel 56 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	96
Tabel 57 Hasil Uji Normalitas	97
Tabel 58 Hasil Uji Multikolinearitas	99
Tabel 59 Hasil Uji Autokorelasi	101
Tabel 60 Hasil Uji t (Uji Parsial)	102
Tabel 61 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	103
Tabel 62 Hasil Uji Koefisien Determinasi	104

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1	Skema Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
Gambar 2	Paket Skincare PONDS Age Miracle (Youthfull).....	59
Gambar 3	Paket Skincare PONDS Bright Beauty	61
Gambar 4	Paket Skincare PONDS White Beauty.....	62
Gambar 5	Paket Skincare PONDS Men.....	64
Gambar 6	Paket Skincare PONDS Acne Solution.....	65
Gambar 7	Grafik Histogram Uji Normalitas.....	98
Gambar 8	Grafik P-PLOT Uji Normalitas.....	98
Gambar 9	Uji Heteroskedastisitas Pendekatan Scatter Plot.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	116
2.	Hasil Jawaban Kuesioner	123
3.	Hasil Data Kuesioner	135
4.	Hasil Uji Menggunakan SPSS 26	139
5.	Tabel Uji	149
6.	Catatan Konsultasi	153

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi kalangan remaja, perawatan pada wajah merupakan salah satu hal terpenting untuk dilakukan, karena dengan merawat wajah sejak remaja banyak sekali manfaat yang di dapatkan jangka panjang maupun jangka pendek dengan merawat wajah kulit akan lebih sehat, perawatan wajah kebanyakan dilakukan oleh remaja wanita agar tetap terlihat cantik namun remaja pria juga ada yang melakukan perawatan wajah.

Karena aktifitas di dalam maupun diluar ruangan yang dimiliki pada kalangan remaja cukup banyak jadi mereka membutuhkan perawatan pada wajahnya untuk menjaga kesehatan kulit wajah, karena mereka melakukan aktifitas itu sehari-hari maka dari itu para remaja juga harus merawat kulit wajah mereka setiap harinya. Merawat wajah bisa dilakukan di luar maupun di dalam rumah, maka dari itu agar mempermudah para remaja dalam merawat wajah mereka, biasanya mereka melakukan perawatan tersebut di dalam rumah agar lebih mudah efisien waktu dan memperhemat biaya. Melakukan perawatan wajah dari rumah bisa seperti menggunakan pencuci wajah, serum wajah, pelembab wajah seperti krim pelembab atau menggunakan masker wajah, scrub wajah untuk mengeksfoliate kulit mati pada wajah, dan lainnya.

Dengan melihat kondisi cuaca yang terjadi sekarang dan polusi kendaraan yang beredar di daerah Tambun Selatan terlebih pada saat pagi hari adalah waktu untuk

memulai aktifitas seperti berangkat ke sekolah, kuliah dan menuju lokasi kerja, dan saat sore hari adalah waktu pulang kerja, kuliah dan sekolah. Waktu yang baik untuk melakukan perawatan wajah adalah pagi hari dan malam hari, karna pagi hari kita memberikan protector untuk wajah kita agar dapat meminimalisir efek dari polusi dan matahari yang akan terpapar ke wajah, dan pada saat malam hari adalah waktu yang cocok untuk kulit wajah meregenerasi, merawat wajah setelah seharian beraktifitas diluar maupun di dalam ruangan untuk mengembalikan kondisi kulit wajah agar tetap sehat.

Kalangan remaja sering kali terpengaruh pada produk-produk *skincare* yang baru rilis dan memiliki manfaat yang sangat menarik, bentuk produk yang modern, terlebih apabila harga yang dimiliki terjangkau, maka dari itu banyak sekali remaja yang sering mencoba-coba produk untuk melihat manfaat dan kecocokan apakah memiliki efek samping dari ketidakcocokan dari produk tersebut apabila di gunakan pada wajah mereka selama beberapa kali, karena efek samping yang terjadi dari ketidakcocokan biasanya adalah munculnya jerawat, terjadi iritasi pada wajah seperti kulit menjadi terlupas atau gatal kemerahan pada kulit wajah sehingga *skin barrier* pada wajah terganggu, sehingga wajah harus menerima perawatan lebih untuk menyembuhkan nya.

Karena terjadinya hal tersebut membuat perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang perawatan wajah berlomba-lomba untuk menginovasi produk nya sehingga harus memiliki strategi pemasaran yang digunakan agar tidak kalah dalam persaingan pasar, seperti membuat kualitas dari produk yang di buat menjadi lebih baik dan dapat di gunakan dalam semua jenis kulit atau membuat produk di

kategorikan kebutuhannya seperti untuk *acne*, *anti aging* dan *brightening*. Membuat produk dengan formula yang sangat bagus namun harga tetap terjangkau dan sesuai untuk kantong anak remaja. Sangadji dan Sopiah (2013:188) mendefinisikan kualitas produk sebagai bahan penilaian yang menitikberatkan pada kualitas batangan atau produk. Harga merupakan satu atau beberapa unsur bauran pemasaran yang menjadi beban organisasi (Tjiptono, Chandra, dan Adriana, 2008:465).

Perusahaan produk perawatan wajah wajib melihat sasaran pasar untuk menentukan harga agar produk yang di buat tidak salah sasaran dan dapat di jangkau oleh konsumen, jika harga yang tinggi akan membuat keuntungan yang besar namun bisa saja hanya bertahan dalam jangka pendek namun jika memiliki harga yang dapat di jangkau oleh semua kalangan konsumen produk dapat bertahan dalam jangka yang panjang, Menurut Tiptono (2015), hal. 345, kontribusi marjin dan laba tidak mencukupi untuk mendukung pertumbuhan atau ekspansi organisasi (Tjiptono, 2015).

Berbagai macam strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh perusahaan brand kecantikan agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya di pasaran, dengan tujuan agar konsumen dapat membuat keputusan pembelian pada sebuah produk yang disukai, karena apabila konsumen sudah membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk itu bertanda konsumen tersebut memiliki kecocokan dengan produk tersebut, Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:123), kepuasan konsumen diukur dari jumlah produk yang dikonsumsi.

Di Indonesia sudah banyak sekali merk produk perawatan wajah yang dimiliki, salah satu dari merk tersebut adalah ponds, merk ponds merupakan salah satu merk yang sudah cukup terkenal pada kalangan anak remaja, karena produk yang sudah di keluarkan oleh ponds sudah variatif seperti ; sabun pencuci muka, pembersih muka seperti *micellar water* , krim pelembap kulit wajah, masker wajah, dan lainnya. Ponds mendapatkan penghargaan Top Brand Award untuk kategori produk terbaik, dan label Top Brand Index edisi 2018 adalah sebagai berikut:

(Sumber dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>)

Tabel 1
Brand Sabun Pembersih Wajah (Sabun)

BRAND	TBI 2022	RATE
Ponds	24,5 %	TOP
Garnier	14,4%	TOP
Biore	14,3%	TOP
Wardah	10,1%	
Gatsby	5,6%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Sabun pembersih wajah produk Ponds ini dipercaya ampuh untuk membersihkan kulit serta melembapkan kulit wajah dan variasi sabun pencuci wajah ponds mampu menyerap minyak berlebih namun tidak dengan efek kulit wajah tertarik.

Tabel 2
Brand Sun Care

BRAND	TBI 2022	
Nivea	29,5%	TOP
Vaseline	20,4%	TOP
Oriflame	16,5%	TOP
Wardah	14,0%	
Ponds	3,7%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Suncare yang dimiliki oleh produk Ponds ini memiliki kandungan spf 30 yang dimana kadar spf 30 lebih baik digunakan untuk beraktifitas di dalam ruang karna spf 30 di percaya bisa bertahan selama 300 menit, karna yang dapat mencegahnya kulit dari sunburn mayoritas yang memiliki spf 50 karena spf 50 dipercaya untuk melindungi kulit selama 500 menit atau 8 jam. Jadi, karena prduk ponds belum meluncurkan suncare dengan spf di atas 30 maka produk kalah saing dalam variasi suncare dengan brand lainnya.

Tabel 3
Brand Pembersih Wajah (Bukan Sabun)

BRAND	TBI 2022	
Ponds	19,8%	TOP
Garnier	18,8%	TOP
Biore	13,0%	TOP
Wardah	11,0%	
Citra	5,9%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Pada variasi ini produk ponds memiliki banyak sekali kandungan yang dipercaya dapat mengatasi warna kulit belang sekaligus kemerahan yang meradang pada kulit, dengan harga yang terjangkau dan claim manfaat dari produk tersebut akan dapat membuat remaja tertarik.

Tabel 4
Brand Pelembab Wajah

BRAND	TBI 2022	
Ponds	18,6%	TOP
Garnier	18,0%	TOP
Wardah	15,0%	TOP
Citra	7,2%	
Nivea	3,7%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Manfaat yang dimiliki dari variasi pelembap wajah ponds ini adalah dapat mencerahkan dan memelihara kulit, membantu memperlambat pembentukan noda hitam, mencerahkan serta mencegah kusam apabila digunakan dengan teratur.

Tabel 5
Brand Anti Aging

BRAND	TBI 2022	
Ponds	31,1%	TOP
Garnier	22,5%	TOP
L'Oreal	17,5%	TOP
Olay total effects	14,8%	
Biotherm	3,4%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Pada variasi produk ponds, mengeluarkan beberapa jenis produk yang dapat mengatasi faktor penuaan dini, yang bermanfaat melawan tanda penuaan dini, mengangkat sel kulit mati, mengelastikan kulit wajah, menyamarkan tanda-tanda penuaan dini sekitar mata.

Tabel 6
Brand Krim Pemutih

BRAND	TBI 2022	
Ponds	24,0%	TOP
Garnier	17,6%	TOP
Citra	13,7%	TOP
Wardah	10,2%	
Olay	4,3%	

Sumber : /www.topbrand-award.com

Karena banyak variasi dari brand ini yang memiliki manfaat untuk memutihkan wajah terutama pada produk bertekstur krim, maka wajar saja apabila persentase yang dimiliki unggul.

Dapat dilihat dari tabel-tabel di atas bahwa produk perawatan wajah yang dimiliki ponds mendapatkan top brand index fase 1 pada *Top Brand Award*. Dan merk ponds memiliki peringkat rata-rata di posisi pertama diantara merk-merk produk perawatan wajah lainnya yang berada di Indonesia. Berdasarkan data tabel di atas sabun pembersih wajah berada pada peringkat pertama dengan TBI 24,5%, sun care berada pada peringkat kelima dengan TBI 3,7%, pembersih wajah (bukan sabun) menduduki peringkat pertama dengan TBI 19,8%, pelembap wajah yang menduduki peringkat pertama dengan TBI 18,6%, anti aging menduduki peringkat pertama dengan TBI 31,1%, lalu yang terakhir pemutih wajah menduduki peringkat pertama dengan TBI 24,0%.

Meski produk yang dimiliki oleh produk ponds tidak hanya perawatan wajah namun juga memiliki beberapa produk untuk make up, tetapi yang lebih mendominasi variasi nya dari produk ini adalah untuk merawat wajah yang dimiliki agar lebih sehat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmin Arianto, Giovanni (2020), Faisal Hardiansyah, Mahmud Nuhung, Ismail Rasulong (2019), Robert Gain, Christian Hardinata, Krismi Budi Sienatra (2017), Riyanto (2020), Kadek Ayuk Riska Oktavenia, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2019), Melania Salazar Ordonez, Florian Schuberth, Elena R Cabrera, Manuel Ariaza, Macario Rodriguez Entrena (2018), Bin Zhu, Huiying Guo, Ying cao, Ruopeng An, Yuyan Shi (2021), Sari ismayana, Nur Hayati (2018), Rifqy Sulthan Fahrezzy, Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018), Nurmin Arianto, Adzmi Fahmi (2018), Fauzian Noor, Woro Tari, Nugroho Mardi

(2020), Nabila Iwan Sahara, Fajar Adi Prakoso (2022), menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

Sedangkan penelitian menurut Farisa Hasna Nadiya, Susanti Wahyuningsih (2020), bahwa pada variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmin Arianto, Giovanni (2020), Faisal Hardiansyah, Mahmud Nuhung, Ismail Rasulong (2019), Robert Gain, Christian Hardinata, Krismi Budi Sienatra (2017), Riyanto (2020), Kadek Ayuk Riska Oktavenia, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2019), Melania Salazar Ordonez, Florian Schuberth, Elena R Cabrera, Manuel Ariaza, Macario Rodriguez Entrena (2018), Bin Zhu, Huiying Guo, Ying cao, Ruopeng An, Yuyan Shi (2021), Sari ismayana, Nur Hayati (2018), Rifqy Sulthan Fahrezzy, Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018), Nurmin Arianto, Adzmi Fahmi (2018), Fauzian Noor, Woro Tari, Nugroho Mardi (2020), Nabila Iwan Sahara, Fajar Adi Prakoso (2022), menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Sedangkan penelitian menurut Anggi Suprayogi (2020), Amelie A Hecht, Crystal L Perez, Michele Polascek, Anne N Thorndike, Rebecca L Franckle, Alyssa J Moran (2020) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk.

Dari penelitian yang sedang dilakukan saat ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan harganya, serta lokasi dan promosinya, semuanya

positif dan signifikan untuk tujuan mempromosikan produk. Pendekatan ini menekankan pada kualitas dan harga dalam kaitannya dengan permintaan konsumen untuk produk perawatan wajah ponds di tambun selatan.

Sebagian remaja di Tambun Selatan adalah pengguna produk Ponds untuk melakukan perawatan pada kulit wajah, mulai dari *face wash, micellar water, toner, sheet mask, moisturizer*, dll. Hal ini terjadi karena kualitas yang dimiliki oleh produk ponds sangatlah bagus dan sesuai dengan kebutuhan kulit wajah pada remaja, dan harga yang dapat dijangkau oleh para remaja sehingga sebagian remaja di Tambun Selatan menjatuhkan pilihannya pada produk Ponds.

Karena semakin banyak produk dari *brand local* bermunculan dan tentunya bisa menutupi *brand* produk yang sudah lama berproduksi, namun itu tidak mengurangi minat remaja di tambun selatan dalam pembelian produk perawatan wajah ponds ini, meski banyak sekali brand lokal yang menjadi kompetitor namun remaja di tambun selatan tetap menjatuhkan pilihannya pada produk ponds, karena selain kualitas produk yang bagus dan harga yang terjangkau produk ponds sangat mudah untuk ditemukan karena dijual di minimarket.

Meski kecocokan produk pada wajah adalah hal yang sangat wajar pada remaja terlebih pada usia remaja kulit bisa dibilang cenderung lebih sensitif akan bahan-bahan kimia terutama kulit pada wajah. Harga dan kualitas produk dari kompetitor produk ponds ini cenderung memiliki harga yang cukup tinggi sehingga tidak ramah pada kantong seorang pelajar, meski kandungan yang dimiliki sangat bagus dan diproduksi menggunakan mesin dan bahan yang modern produk dari *brand* kompetitor jika ingin mendapatkan harga yang

miring harus dilakukan pembeliannya via online.

Dari beberapa fenomena yang di ilustrasikan di atas, calon konsumen produk perawatan wajah ponds dari remaja di daerah tambun selatan hal tersebut menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian produk ponds.

Tabel 7
Hasil Pra survei pada remaja di tambun selatan

BRAND	JUMLAH	PERSENTASE
Garnier	8 remaja	27%
Wardah	5 remaja	16%
Ponds	9 remaja	30%
Scarlet	8 remaja	27%
Jumlah	30 remaja	100%

Sumber : Survei Peneliti, 2022

Hasil dari pra survei di atas yang dilakukan kepada remaja di daerah tambun selatan, peminat untuk produk perawatan wajah ponds tidak kalah saing dengan kompetitor, variasi produk yang di gunakan pada *brand* ponds ini mayoritas adalah *face wash* nya karena brand ponds ini membuat produk untuk pria juga, jadi pria cenderung menggunakan produk inii untuk merawat wajahnya.

Terdapat 30% remaja memilih produk ponds, 27% remaja memilih produk garnier dan scarlet, dan 16% remaja memilih produk wardah.

Dari fenomena di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian ilmiah berbentuk skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Ponds di Tambun Selatan”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Melalui uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat peneliti identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk harus lebih di tingkatkan agar remaja yang menggunakan produk tersebut minim dari ketidakcocokan.
2. Apabila harga yang tidak sesuai dengan target sasaran akan membuat konsumen jauh dari jangkauan
3. Rendahnya peringkat produk sun care pada TBA.
4. Kadar SPF yang dimiliki Produk ponds belum bertambah
5. Banyaknya brand lokal baru yang bermunculan sehingga membuat ponds harus bersaing kuat
6. Kurangnya variasi produk dari acne series

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini bertujuan untuk membuat batasan-batasan dengan cara yang memungkinkan pengguna untuk membuat batasan menggunakan analisis materi; namun, materi yang menjadi fokus ini adalah kualitas produk dan harganya dalam kaitannya dengan kebutuhan konsumen.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan masalah nya menjadi sebuah pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Remaja di Tambun Selatan?

2. Apakah Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Remaja di Tambun Selatan?
3. Apakah Kualitas Produk dan Penetapan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Remaja di Tambun Selatan

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti ingin mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pembelian remaja pada produk *skincare* ponds.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian remaja pada produk *skincare* ponds.
3. Untuk mengetahui pengaruh dan antara kualitas produk dan harga dalam kaitannya dengan keputusan pembelian produk ponds, pada remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap bahwa hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak, antara lain :

- a. Bagi Obyek Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan produk ponds dapat dipertimbangkan. menjadi sebuah kebijakan dan menciptakan strategi pemasaran yang berdampak positif bagi produk, dan konsumen yang membeli dan menggunakannya.

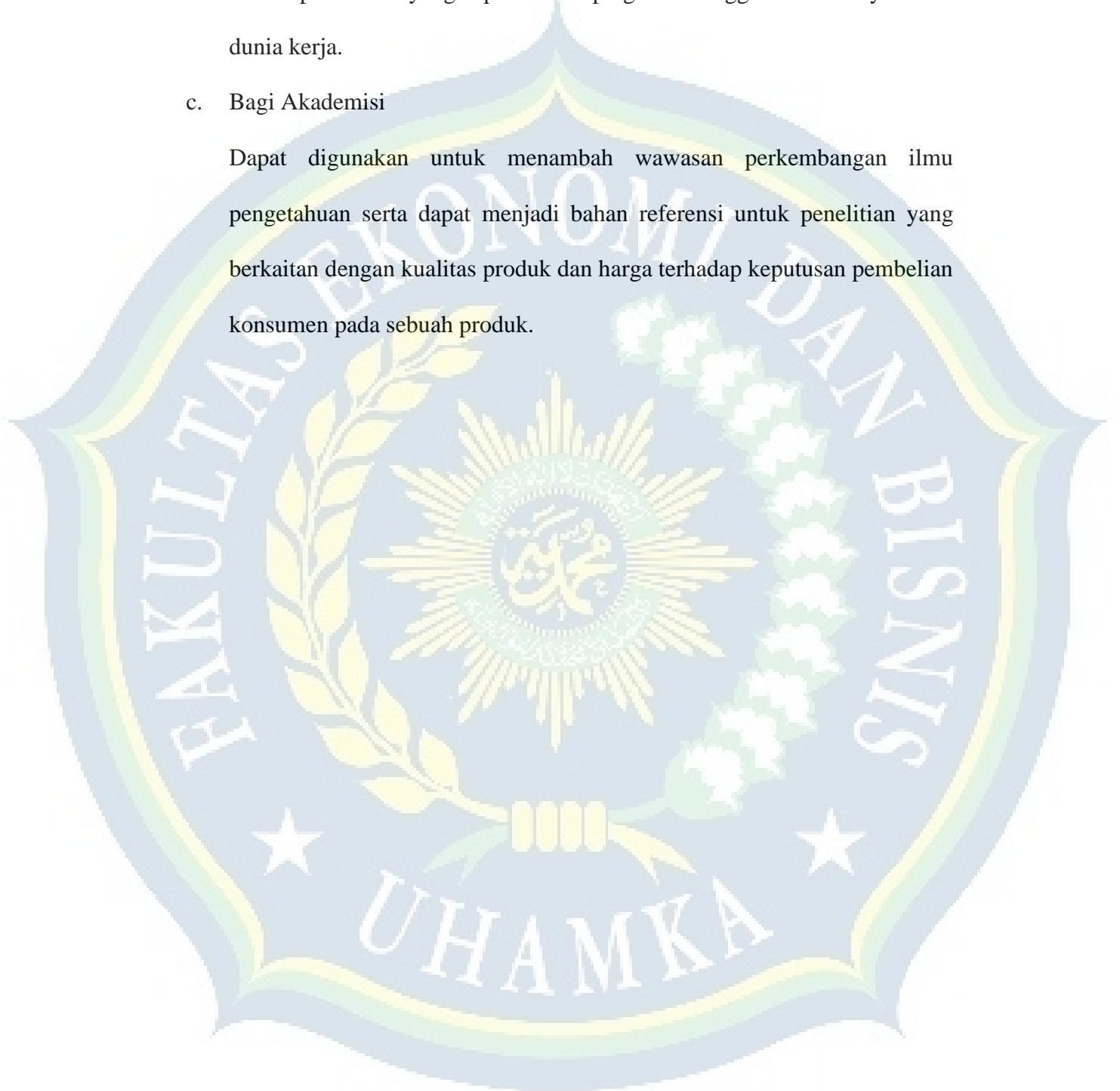
- b. Bagi Peneliti

Anda dapat menggunakannya untuk memperdalam wawasan yang anda

miliki dan untuk memperluas pemahaman anda tentang bagaimana menerapkan teori yang diperoleh di perguruan tinggi ke dunia nyata dan dunia kerja.

c. Bagi Akademisi

Dapat digunakan untuk menambah wawasan perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada sebuah produk.



DAFTAR PUSTAKA

- Amelie A Hect, Crystal L Perez, Michele Polascek, Anne N Thorndike, Rebecca L Franckle, Alyssa J Moran (2020). *Influence of Food and Beverage Companies on Retailer Marketing Strategies and Consumer Behavior.*
- Amron (2018). *The Influence of Brand Image, BrandTrust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars.*
- Andrew J Goudie, Harry R Sunmall, Matt Field, Hannah Clyton, John C Cole (2020). *The Effects of Price and Perceived Quality on the Behavioural economics of alcohol, Amphetamine, Cannabis, Cocaine, and Ecstasy Purchases.*
- Anggi Suprayogi (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di C59 Bandung.
- Bin Zhu, Huiying Guo, Ying Cao, Ruopeng An, Yuyan Shi (2021). *Perceived Importance of Factors in Cannabis Purchase Decisions: A Best-worst Scaling Experiment.*
- Debby Bella Anggraini (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan pembelian Produk *The Emina Bright Stuff.*
- Faisal Hardiansyah, Mahmud Nuhung, Ismail Rasulong (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Singapore di Kota Makassar.
- Farisa Hasna Nadiya, Susanti Wahyuingsih (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3Second Di MarketPlace (Studi pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3Second di Kota Semarang).
- Fauzian Noor, Woro Tari, Nugroho Mardi (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian serta

Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Produk PT. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro.

Gabriel RD Levrini, Mirela Jeffman Doss Santos (2021). The Influence of price on Purchase Intention: Comparative study between Cognitive, Sensory, and Neurophysiological Experiment.

Kadek Ayu Riska Oktavenia, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merk sebagai Pemediasi.

Lily Suhaily dan Syarief Darmoyo (2017). *Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision (Study on Japanese Brand Electronic Product)*.

Melania Salazar Ordonez, Florian Schuberth, Elena R Cabrera, Manuel Ariaza, Macario Rodriguez Entrena (2018). *The Effects of Person-Related and Environmental Factors on Consumers Decision-making in Agri-food Markets: The Case of Olive Oil*.

Mirawati dan Elda (2021). Pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat pada WYD (Wear Your Design) Distro Palangka Raya.

Nabila Iwan Sahara, Fajar Adi Prakoso (2022). Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada.

Natalia Ratih Komala Dewi (2020). Pengaruh Persepsi atas Kualitas Produk, Harga, Citra Merk, dan Ditribusi Pada Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier.

Nur Zannah Harahap (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.

Nurmin Arianto, Adzmi Fahmi (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian smartphone samsung pada mall Bintaro Exchange.

Nurmin Arianto, Giovanni (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2006). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12. Jakarta : Erlangga. 62-63.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008). Manajemen Pemasaran jilid 2 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.75-90.

Rifqy Sulthan Fahrezzy, Arlin Ferlina, Moch. Trenggana (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus.

Riyanto (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT.Surya Metaal Berjaya).

Sari Ismayana, Nur Hayati (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy.

Sri Wahyuni dan Mervianna Ginting (2017). *The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta.*

Wen Wu, Airong Zhang, Riex Dekker Van Klinken, Peggy Schrobback, Jane Marie Muller (2021). *Consumer Trust in the Food System: A Critical Review.*