

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MICELLAR WATER GARNIER PADA LIVI COSMETIC BANJARMASIN

Novia Anggun Lestari¹, Syahrani², Teguh Wicaksono³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18310871

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125097401

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1116028801

Email : novianggunlestarii@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Micellar Water* Garnier pada *Livi Cosmetic* Banjarmasin, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Micellar Water* garnier pada *Livi cosmetic* Banjarmasin, (3) pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian *Micellar Water* Garnier pada *Livi Cosmetic*.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form* dengan sebanyak 90 responden sebagai sampel dengan menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Micellar Water* Garnier di *Livi Cosmetic*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t dan uji F yang telah dilakukan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS.
- Assauri, Sofian. (2013). Manajemen emasaran. rajawali press.
- Brata, H., Husaini, & Ali. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada produk nitchi di PT. Jaya Swarsa Agung.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, & Agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2011). Dasar-Dasar Pemasaran. Prenhalindo.
- Kotler, & Armstrong. (2014). Principle Of Marketing (15th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, & P. (2012). Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan. Edisi Kedelapan. Salemba Empat.
- Kuncoro. (2013). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonom (4th ed.). Erlangga.
- Machfoedz, & M. (2013). Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN. 95
- Manullang, & Hutabarat. (2016). Manullang, P. D. M., & Hutabarat, D. E. (2016). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka. Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global, Indomedia Pustakal.
- Prayogo, M., & Liliani. (2017). pengaruh kualitas produk, harga, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian Bakso PEPO di Bandung.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Andi.
- Schifman, & Kanuk. (2013). Perilaku Konsumen. Erlangga. Setiadi. (2013). Perilaku Konsumen.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran. Teori Dan Implementasi.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif,kualitatif,R&D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta.
- Sunyoto, & Danang. (2013). Perilaku Konsumen (Center of).
- Suparyanto, & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. Manajemen Pemasaran , In Media.
- Surakhmad, W. (2015). panduan praktis penulisan karya ilmiah. PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA.

Tjiptono, & F. (2012). Strategi Bisnis Pemasaran. Andi : BPFE.

Yanti, F. (2017). pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Viva Kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah Palembang.