

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GARNIER PADA
TOKO MAHKOTA AYU KOSMETIK(Studi Kasus Pada Konsumen
Produk Skincare Garnier Di Banjarmasin Utara)**

Heriyanti Safitri¹, Hj Aida Vitria², Nurul Hasanah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 17310991

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 1123126801

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 1120078802

Email : heriyantisafitri97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare garnier pada toko mahkota ayu kosmetik, (2) apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare garnier pada toko mahkota ayu kosmetik, (3) apakah kualitas dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare garnier pada toko mahkota ayu kosmetik.

Penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif, instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Populasi penelitian konsumen produk skincare garnier di Banjarmasin Utara dan sampel sebesar 80 responden dengan analisis data Regresi Linier Berganda.

Hasil Penelitian ini variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare garnier pada toko mahkota ayu yang dibuktikan dari hasil uji T yang mempunyai nilai signifikan $0,003 < 0,05$ untuk kualitas produk dan $0,000 < 0,05$ untuk harga. Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan oleh hasil signifikan output uji F (simultan) sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) whether the quality of the product affects the purchasing decision of garnier skincare products at the Mahkota Ayu Cosmetics store, (2) whether the price affects the purchasing decisions of Garnier skincare products at the Mahkota Ayu Cosmetics store, (3) whether the product quality and the price together affects the decision to purchase garnier skincare products at the Mahkota Ayu Cosmetics shop.

This research is using quantitative research, data collection instrument using online questionnaire. The research population of Garnier skincare product consumers in North Banjarmasin and a sample of 80 respondents with Multiple Linear Regression data analysis.

The results of this study are product quality and price variables that influence purchasing decisions for garnier skincare products at the Mahkota Ayu shop as evidenced by the T test results which have a significant value of $0.003 < 0.05$ for product quality and $0.000 < 0.05$ for price. Product quality and price have a simultaneous effect on purchasing decisions as evidenced by the significant results of the F (simultaneous) test output of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Price and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha semakin berkembang salah satunya termasuk dibidang kosmetik, banyak kosmetik terbaru muncul dipasaran. Produk yang ditawarkanpun beragam mulai dari make up sampai skincare, semua di produksi perusahaan dengan menarik mulai dari kemasan, iklan, dan promosi yang menarik . Semua itu dilakukan agar konsumen lebih memilih produk mereka dibanding produk lain. Selain make up perusahaan kosmetik juga mulai banyak yang memproduksi Skincare karena banyak konsumen yang bukan hanya peduli pada riasan wajah namun mereka juga peduli pada kesehatan wajah mereka . Skincare tentunya dibutuhkan untuk menjaga kulit agar tetap segar dan bercahaya, apalagi dimasa pandemi Covid 19 seperti ini yang mana kita diharuskan untuk terus memakai masker. Hal tersebut bisa menjadi masalah bagi wajah kita, salah satunya yaitu jerawat. Itu mengapa memilih skincare yang tepat bagi perawatan wajah kita sangatlah penting. Dalam perawatan wajah

biasanya hal tersebut biasanya dilakukan oleh para wanita, namun para pria juga banyak yang menggunakan produk perawatan wajah untuk merawat wajah mereka. Merawat wajah dapat dilakukan dengan mudah dan tidak akan menghabiskan banyak waktu yang lama. Cara yang sering dilakukan dalam perawatan wajah yaitu dengan mencuci muka dengan menggunakan sabun cuci muka, menggunakan pelembab di wajah, memakai masker wajah, menggunakan scrub wajah dan sebagainya. Di indonesia sudah banyak brand produk kecantikan. Salah satu produk brand tersebut adalah Garnier. Produk Garnier merupakan produk yang cukup populer di kalangan remaja. Varian produk kecantikan yang sudah dikeluarkan oleh Garnier sudah banyak, seperti sabun pembersih wajah, pelembab wajah, masker wajah, pembersih make up dan lain-lain.. Mahkota Ayu Kosmetik adalah salah satu toko kosmetik yang berada di Banjarmasin Utara yang menyediakan berbagai produk kecantikan, perengkapan salon dll ,salah satunya yaitu produk Skincare Garnier. Skincare Garnier

sendiri menjadi salah satu produk kecantikan yang banyak dicari di Toko Mahkota Ayu kosmetik.

Untuk menarik perhatian dari konsumen dalam dunia perawatan kecantikan kulit perlu ditetapkan strategi pemasaran yang tepat. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu strategi yang efektif yaitu sebuah perusahaan bisa melihat dari Kualitas Produk dan Harga karena kedua hal tersebut bisa jadi menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Berdasarkan fenomena dan pemaparan teori yang terkait, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GARNIER PADA TOKO MAHKOTA AYU KOSMETIK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK SKINCARE GARNIER DI BANJARMASIN UTARA)”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk

meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan dari analisis data dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diungkapkan pembahasan penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier di Toko Mahkota Ayu Kosmetik sebagai berikut:

1. Pengaruh antara Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Tabel 4. 1 Hasil Parsial Uji T

| Varia bel | T Hitu ng | T Tabe l | Si g |
|----------------------------|-----------------|----------------|---------|
| Kuali tas Produ k | 3,02 4 | 1,991 25 | 00 3 |
| Harg a | 3,83 0 | 1,991 25 | 00 0 |

Sumber : hasil pengolahan data SPSS, 2021

Tabel diatas menunjukan bahwa :

- 1). H1 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (produk skincare garnier)

Nilai t hitung untuk variabel ini sebesar 3,024. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,99125. Maka t hitung (3,024) > t tabel (1,99125) dan nilai Signifikansi (0,003 < 0,05) artinya variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

2). H2 Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (produk skincare garnier)

Nilai t hitng variabel ini sebesar 3,830. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,99125. Maka t hitung (3,830) > t tabel (1,99125) dan nilai Signifikansi (0,000 < 0,05) artinya variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H2) diterima.

Dari hasil olah data pada hasil jawaban responden ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) pada kategori sangat baik. Hipotesis kesatu yang diajukan oleh penulis bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel antar Kualitas Produk (X1) terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil olah data pada hasil jawaban responden ditemukan bahwa Harga (X2) pada kategori sangat baik. Hipotesis kedua diajukan penulis bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian diterima. Harga produk skincare garnier sesuai dengan perekonomian masyarakat Harga (X2) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t-. Hasil hitung diperoleh sebesar 3,830 dengan probabilitas (sig) 0,000 ,dibandingkan dengan t tabel pada alpa 0,05 diperoleh t-tabel 1,99125. Hal ini berarti t-hitung > t-tabel dan sig < 0,05 (3,830 > 1,99125 dan sig < 0,05). Hasil uji-t tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen produk skincare garnier di Banjarmasin Utara. Hasil penelitian ini yaitu harga berpengaruh secara parsial yaitu hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik suatu produk harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk tersebut.

3. Pengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

4. Tabel 4. 2 Hasil Parsial Uji F

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 49.664 | 2 | 24.832 | 26.599 | .000 ^a |
| | Residual | 71.886 | 77 | .934 | | |
| | Total | 121.550 | 79 | | | |

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil dari Kuesioner online, 2021

H3 : Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (produk skincare garnier) Dari tabel anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05). Maka keputusannya adalah diterima , kesimpulannya signifikan artinya bahwa Kualitas Produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dengan demikian H3 dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan yaitu hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh simultan atau bersama-sama yang positif antara kualitas produk dan harga, artinya maka antara kualitas produk dan harga berpengaruh dalam keputusan pembelian maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Produk Skincare Garnier di Banjarmasin Utara. Hal ini dibuktikan dari hasil uji-t Hasil t-hitung diperoleh sebesar 3.024 dengan probabilitas (sig) 0,003 , dibandingkan dengan t-tabel pada 0,05 diperoleh t-tabel 1,99125. Hal ini berarti t-hitung > t tabel dan (sig) < 0,05 (3,024 > 1,99125 dan 0,003 < 0,05). Hasil uji t tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Kualitas produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Produk Skincare Garnier di Banjarmasin Utara.
- 2) Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Produk Skincare Garnier di Banjarmasin Utara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t-. Hasil hitung diperoleh sebesar 3,830 dengan probabilitas (sig) 0,000 ,dibandingkan dengan t

tabel pada alpa 0,05 diperoleh t-tabel 1,99125. Hal ini berarti t-hitung > t-tabel dan sig < 0,05 (3,830 > 1,99125 dan 0,000 < 0,05. Hasil uji-t tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Produk Skincare Garnier di Banjarmasin Utara.

- 3) Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) bersama-sama atau simultan berpengaruh pada Keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan Berdasarkan pengujian uji-F dari tabel Anova diperoleh nilai Probabilitas (sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05) , Besarnya pengaruh kualitas produk,dan harga adalah sebesar 40,9% ,sedangkan 59,1% merupakan pengaruh lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah signifikan artinya bahwa Kualitas Produk dan Harga bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Garnier di Banjarmasin Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Jakarta: PT (Persero) penerbitan dan percetakan (2005)
- Kotler dan Amstrong, Yudhi., “Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, 2008
- Juni Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga . 2009
- Kotler, Philip dan Armstrong, , Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan, Jakarta: Earlangga 2001
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta. 2009
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta. (2015)
- Sugiyono..Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta 2017
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Hair dkk dalam Prawira, Teknik Pengumpulan Sampel 2010
- Handoko, T. Hani dan Reksohadiprodjo. Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perusahaan. Edisi Kedua. BPEE: Yogyakarta. (2001).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). Prinsip–Prinsip Pemasaran, (Edisi Ketiga Belas, Jilid Satu). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, (Edisi Keempat). Yogyakarta: ANDI.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Erlangga
- Greg, E., Thiele, S. R., & Waller, D. (2012). Marketing, (Edisi Kedua). Australia: John Wiiley & Sons.
- Tjiptono Fandy, Strategi Pemasaran. Edisi ke 4 .Yogyakarta:ANDI (2015)
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. Principles of marketing. 16 Global Edition. New jersey : Person (2016)
- Tjiptono, Fandy (2012). pemasaran strategik edisi 2 ANDI, Yogyakarta.
- William J .Stanton Prinsip pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1 .Jakarta: Earlangga (2008)
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013.Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Tjiptono Fandy Manajemen Jasa Edisi kedua, Yogyakarta : Andi Offset,2010
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Edisi Ketiga Belas, Jilid Satu). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Manajement, (Edisi Ketiga Belas). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Risky Fajar Lina “Pengaruh Harga,promosi dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Produk Exclusive Matte Lip Cream Pada Wardah Beauty House Medan” Jurnal Ekonomi (2017) (Hal 12-13)
- Natalia Ratih Komala Dewi “Pengaruh Persepsi Atas Kualitas Produk Dan Harga,Citra Merek Dan distribusi pada keputusan pembelian produk Skincare Garnier .Jurnal Ekonomi (2019) (Hal 17-19)
- Ami Rahayu “Pengaruh Brand Images Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pembersih Wajah Garnier Di Kota Batam .Jurnal Ekonomi (2020) (Hal 18)
- Muhammad Hafiz Maulana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Big Coffe Di BanjarBaru. Jurnal Ekonomi (2020) (Hal 28-32)
- Nurul Septian Heryubani. “pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta. Jurnal Ekonomi (2018) (Hal 26-27)
- Herliyana “ Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (*Product,Price,Place,Promotion*) Keputusan Pembelian Terhadap Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Masyarakat Pengguna Produk Kosmetik Wardah Di BanjarBaru. Jurnal Ekonomi .(2020) (40-76)
- Nila Kamila Zulfa “Pengaruh Harga,Promosi,Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Smartphone Merek Vivo Di magrlang”.Jurnal Ekonomi 2019
- Wulan Agus Safitri “Pengaruh Label Halal, Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Banjarmasin”. 2020 (hal 134-135)