PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT MEREK EMINA SECARA *ONLINE* DI KOTA PEKANBARU

(*THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND ONLINE PRICE PURCHASING DECISIONS OF EMINA BRAND LIPTINT IN PEKANBARU CITY)*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Mengikuti Ujian Oral Comprehensive Sarjana Lengkap

Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Oleh

FITRI ERNITA NAINGGOLAN

2161201127

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU

2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	: FITRI ERNITA NAINGGOLAN
NIM	2161201127
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT MEREK EMINA SECARA ONLINE DI KOTA PEKANBARU

DISETUJUI :

PEMBIMBING I

AFRED SUCI, SE.,M.Si., Ph.D
NIDN: 1018057502

PEMBIMBING II

RITA WIYATI, SE.,MM
NIDN: 1025037201

DEKAN

Dr. DINI ONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA
NIDN: 1006067101

KETUA JURUSAN

Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si
NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: FITRI ERNITA NAINGGOLAN
NIM	2161201127
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT MEREK EMINA SECARA ONLINE DI KOTA PEKANBARU

DISETUJUI :

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si
NIDN: 1021088602

SEKRETARIS

Dr. IDEL WALDELMI, SE.I, M.Si
NIDN: 1008078602

ANGGOTA :

AFRED SUCI, SE., M.Si., Ph.D
NIDN: 1018057502

RITA WIYATI, SE.,MM
NIDN: 1025037201

Dr. NOFRIZAL, SE.,MM
NIDN: 1002118703

Dr. RYAN PAHLAWAN, S.E., MM
NIDN: 1010118604

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT MEREK EMINA SECARA *ONLINE* DI KOTA PEKANBARU

OLEH:

FITRI ERNITA NAINGGOLAN

2161201127

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *accidental sampling*, yang melibatkan 120 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian liptint Emina secara *online*. Temuan ini memberikan gambaran penting bagi produsen dalam meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen secara *online* di Kota Pekanbaru.

Kata kunci: Kualitas produk, harga, keputusan pembelian, pembelian *online*.

ABSTRACT

(THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND ONLINE PRICE PURCHASING DECISIONS OF EMINA BRAND LIPTINT IN PEKANBARU CITY)

BY:

FITRI ERNITA NAINGGOLAN

2161201127

This study aims to analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions for Emina brand liptint online in Pekanbaru City. The method used is a quantitative approach with non-probability sampling technique, namely accidental sampling, involving 120 respondents. The results showed that product quality and price each had a positive and significant influence on purchasing decisions. In addition, simultaneously, the two variables also have a significant effect on Emina liptint purchasing decisions online. These findings provide an important overview for manufacturers in improving product quality and setting competitive prices to increase consumer purchasing decisions online in Pekanbaru City.

Keywords: Product quality, price, purchase decision, online purchase.

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Lancang Kuning maupun di Perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang ini, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaraan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 31 Mei 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Ritri Emita Nainggolan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur untuk Tuhan yang Maha Esa penulis ucapkan atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Juga ucapan yang tak terhingga kepada semua pihak yang ikut membantu, memberikan semangat dan bimbingan serta nasehat dan pengalaman dalam menyelasaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Merek Emina Secara *Online* Di Kota Pekanbaru"**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dilaksanakan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan data, kemampuan serta penguasaan materi yang penulis miliki. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dami kesempurnaan skripsi ini. Dengan hati yang tulus penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Teruntuk Cinta pertama saya, Bapak Konten Robin Nainggolan, yang telah berpulang ke rumah Bapa di surga. Teringat jelas sebelum kepergianmu, di saat kritis engkau masih sempat menelpon dan berkata, "Baik-baik kuliahnya ya boru, harus jadi seorang sarjana." Satu kalimat sederhana itu menjadi kekuatan terbesar yang terus menyemangati penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih atas

cinta dan kasih sayang yang tulus selama masa hidupmu. Terimakasih atas segala perjuangan dan tanggung jawabmu yang tak pernah putus demi pendidikan anak-anakmu. Meskipun ragamu telah tiada. jasa dan ketulusanmu akan selalu hidup dalam hati kami. Doa terbaik senantiasa kami kirimkan, semoga engkau tenang di sisi-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan untukmu, Bapak, sebagai bukti bahwa pesan dan impianmu telah penulis wujudkan.

2. Teruntuk pintu surga ku Mama tercinta Berti br Silaen, yang selalu menjadi tempat pulang paling tenang dalam hidup saya. Terima kasih atas doa-doa yang tak pernah henti, cinta yang tak bersyarat, serta kesabaran yang tak terukur dalam membesarkan dan mendampingi saya hingga saat ini. Tanpa ketulusan hatimu, tanpa pelukan hangatmu, dan tanpa semangat yang terus Mama tanamkan, mungkin aku tak akan sampai di titik ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, sebagai tanda cinta, bakti, dan rasa syukurku memiliki sosok luar biasa sepertimu. Semoga Tuhan senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan umur panjang untuk Mama tercinta.

3. kepada saudara-saudaraku tercinta Indra Saputra Nainggolan A.Md.Pjk dan Ika Novalia Nainggolan S.E. Terimakasih atas dukungan, doa, dan semangat yang selalu kalian berikan. Kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri dalam perjalanan ini.

4. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang

Kuning.

5. Bapak Dr. Aznuriyandi, S.E. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

6. Bapak Afred Suci, Ph.D selaku pembimbing 1 dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan yang telah Bapak berikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang diharapkan.

7. Ibu Rita Wiyati, SE, MM selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan yang telah Bapak berikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang diharapkan.

8. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang terus menerus memberikan motivasi dan dorongan semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

9. Bapak/Ibu Tata Usaha yang membantu kelancaran administrasi yang penulis perlukan.

10. Kepada Konsumen wanita dalam penelitian penulis yang berada di kota Pekanbaru, yang menggunakan produk Liptint Merek Emina. terimakasih telah membantu penelitian penulis hingga tugas akhir Skripsi ini selesai.

11. Teman-teman seperjuangan yang selalu hadir di setiap suka dan duka

perkuliahan. Dukungan tawa, motivasi, dorongan moral dan kebersamaan kalian menjadi kenangan indah yang tak terlupakan.

12. Terakhir untuk diriku sendiri Terimakasih telah kuat, bertahan, dan tidak menyerah meski dihadapkan pada berbagai rintangan. Terimakasih telah terus melangkah hingga sampai di titik ini.

Akhirnya atas segala yang didapatkan penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, Amin.

Pekanbaru, 31 Mei 2025
Penulis

Fitri Ernita Nainggolan
NIM: 2161201127

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

PERNYATAAN ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

1.4 Sistematika Penulisan 9

BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Pustaka 11

2.1.1 Manajemen 11

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 11

2.1.2 Pemasaran 12

2.1.2.1 Pengertian Pemasaran 12

2.1.2.2 Perilaku Konsumen 12

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 13
2.1.3 Keputusan Pembelian 14
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 14
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen 15
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian 16
2.1.4 Kualitas Produk 17
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk 17
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk 18
2.1.4.3 Manfaat Kualitas Produk 18
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk 19
2.1.5 Harga 20
2.1.5.1 Pengertian Harga 20
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga 21
2.1.5.3 Strategi Penentuan Harga 21
2.1.5.4 Jenis-Jenis Penetapan Harga 22
2.1.5.5 Tujuan Penetapan Harga 23
2.1.5.6 Indikator Harga 25
2.1.6 Jurnal Penelitan Terdahulu 26
2.2 Kerangka Pemikiran 28
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 29
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 30

2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian 30

2.3 Hipotesis Penelitian 37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 33

3.2 Populasi Dan Sampel.....33

3.2.1 Populasi.....33

3.2.2 Sampel.....33

3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....34

3.4 Jenis Dan Sumber Data 34

3.4.1 Jenis Data.....34

3.4.2 Sumber Data.....34

3.5 Teknik Pengumpulan Data 35

3.6 Identifikasi Dan Operasional Variabel 35

3.7 Analisis Data 36

3.7.1 Instrumen Penelitian.....38

3.7.1.1 Uji Validitas.....38

3.7.1.2 Uji Reliabilitas 38

3.8 Uji Asumsi Klasik 38

3.8.1 Uji Normalitas 39

3.8.2 Uji Multikolinieritas 39

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas 39

3.8.4 Uji Autokolerasi 40

3.9 Uji Regresi Linier Berganda 41

3.10 Uji Hipotesis 41

3.10.1 Uji Parsial (Uji T) 42

3.10.2 Uji Simultan (Uji F) 42

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) 42

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan 44

4.2 Visi dan Misi Perusahaan 46

4.2.1 Visi Dari Perusahaan 46

4.2.2 Misi Dari Perusahaan 46

4.3 Struktur Organisasi 47

4.3.1 Struktur Organisasi PT. Paragon *Technology And Innovation* 47

4.3.2 Uraian Tugas 48

4.3.3 Lokasi 50

4.3.4 Profil Produk Emina 51

4.4 Produk Emina 52

4.4.1 Varian Produk Liptint Emina 52

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian 55

5.1.1 Deskripsi Responden 55

5.1.1.1 Deskripsi Responden Menurut Usia 55

5.1.1.2 Deskripsi Responden Menurut Kecamatan 56

5.1.1.3 Deskripsi Responden Menurut Pendidikan Terakhir 57

5.1.1.4 Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan 57

5.1.1.5 Deskripsi Responden Menurut Pendapatan Perbulan 58

5.1.1.6 Deskripsi Responden Menurut Frekuensi Penggunaan Produk ..59

5.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....59
5.2.1 Uji Instrumen.....59
5.2.1.1 Uji Validitas.....59
5.2.1.2 Uji Reliabilitas.....60
5.2.2 Analisis Deskriptif.....61
5.2.2.1 Kualitas Produk (X1).....61
5.2.2.2 Harga (X2).....63
5.2.2.3 Keputusan Pembelian (Y).....64
5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....65
5.2.3.1 Uji Normalitas.....65
5.2.3.2 Multikoliniearitas.....66
5.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....66
5.2.3.4 Uji Autokorelasi.....67
5.2.4 Uji Regresi Linear Berganda.....68
5.2.5 Uji Hipotesis.....69
5.2.5.1 Uji Parsial (Uji T).....69
5.2.5.2 Uji Simultan (Uji F).....70
5.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....71
5.3 Pembahasan.....72
5.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Merek Emina Secara *Online* di Kota Pekanbaru.....72
5.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Merek

Emina Secara *Online* di Kota Pekanbaru.....73

5.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Merek Emina Secara *Online* di Kota Pekanbaru 73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... 75

6.2 Saran..... 75

DAFTAR PUSTAKA

BIOGRAFI PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga 10 Liptint Terlaris di Indonesia.....6

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....26

Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasional Variabel.....35

Tabel 3.2 Skala *Likert* 37

Tabel 3.4 Kelas *Interval* 37

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Usia.....55

Tabel 5.2 Responden Menurut Kecamatan 56

Tabel 5.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....57

Tabel 5.4 Responden Menurut Pekerjaan.....57

Tabel 5.5 Responden Menurut Pendapatan Perbulan.....58

Tabel 5.6 Responden Menurut Frekuensi Penggunaan Produk.....59

Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas.....60

Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas 61

Tabel 5.9 Tanggapan Kualitas Produk 62

Tabel 5.10 Tanggapan Harga.....63

Tabel 5.11 Tanggapan Keputusan Pembelian 64

Tabel 5.12 Hasil Uji Normalitas.....65

Tabel 5.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....66

Tabel 5.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....67

Tabel 5.15 Hasil Uji Autokorelasi.....67

Tabel 5.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 68

Tabel 5.17 Hasil Uji Parsial.....70

Tabel 5.18 Hasil Uji Simultan.....71

Tabel 5.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Penjualan Top Brand Liptint Periode Januari-Juni 2023.....25

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 31

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Paragon *Technology and Innovation* 47

Gambar 4.2 Logo *Brand* Emina 51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 82

Lampiran 2. Tabulasi Data Responden 100

Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Identitas Responden 104

Lampiran 4. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk 106

Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Harga 107

Lampiran 6. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 108

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 109

Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik 112

Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda 115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dalam era globalisasi dan kemajuan saat ini, perkembangan teknologi dan informasi, termasuk internet, memberikan dampak positif pada dunia bisnis dan pemasaran. Kini banyak orang memanfaatkan internet sebagai sarana pemasaran secara *online* di *E-Commerce*. salah satu diantaranya adalah *Shopee*, yang mulai beroperasi pada tahun 2015 yang merupakan aplikasi dalam perdagangan secara *online* yang mudah diakses semua orang dengan memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki.

Saat ini Tiktok*shop* dan Tokopedia bergabung bekerja sama menjadi salah satu pusat *E-Commerce*, pusat perbelanjaan secara online ini banyak digunakan masyarakat indonesia. Persaingan industri kosmetik yang semakin kompetetif mendukung para pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen, khususnya kaum wanita. Industri kosmetik merupakan pasar yang besar dengan pesaing yang beroperasi secara terus menerus. Indonesia merupakan pasar domestik yang besar dengan jumlah penduduk mencapai 250 juta jiwa. Persaingan yang kuat antara produk dalam dan luar negeri telah menciptakan pasar untuk barang-barang buatan lokal dengan meningkatkan permintaan konsumen untuk produk kosmetik dan kecantikan.

Saat ini, kosmetik merupakan produk hidup populer yang digunakan orang, terutama wanita, untuk meningkatkan penampilan mereka. Kosmetik mengacu

pada produk yang digunakan diluar tubuh untuk meningkatkan penampilan,

membuat tubuh lebih baik, membersihkan penampilan, dan menciptakan tubuh yang indah. Penampilan merupakan hal yang cukup penting dalam interaksi, dan wanita cenderung memakai berbagai kosmetik. Menggunakan kosmetik lokal merupakan cara yang *efektif* untuk memperkenalkan produk Indonesia ke pasar domestik dan internasional. Menurut Hanum dan Rahmani (dalam Nugroho et al.,2024;907) kosmetik menjadi lebih penting bagi wanita yang menggunakannya setiap waktu sesuai kebutuhan karena kosmetik merupakan bagian penting dari menjaga kecantikan.

Dengan perkembangan industri kosmetik, semakin banyak konsumen yang dapat membeli berbagai barang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Akibat dari meningkatnya jumlah pesaing yang luas, pelanggan menjadi lebih *selektif* dan cermat dalam mempertimbangkan setiap produk yang tersedia di pasar *online*. Salah satunya produk kosmetik seperti liptint terlasis di Indonesia antara lain Emina, Implora, Luxcrime , Somethinc, Hanasui, Dazzel Me, Focallure, Azarine, Rom&nd, dan Barenbliss. Produk kosmetik lokal tersebut yang paling banyak digunakan oleh kaun wanita tentunya. Terkhusus untuk wanita harus lebih teliti dalam memilih produk, mempertimbangkan kualitas serta harga untuk menetukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Safitri dan Ali Mauludi (dalam Nugroho et al.,2024;907) Liptint Emina yang menjadi peringkat pertama produk terlaris di *Marketplace* dapat mengekspresikan berbagai standar kecantikan dan menciptakan penampilan yang menyenangkan dan ceria, Produk ini diminati karena target pasarnya adalahkaum wanita. Semua produk kosmetik berfokus pada inovasi, mempertahankan kualitas,

dan berhubungan dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan mereka. Tidak seperti produk kosmetik lainnya, emina memiliki konsep yang berbeda. Target pasarnya adalah kaum perempuan. Pada gambar berikut ini terdapat 10 Brand Lokal Liptint dengan nilai penjualan tertinggi diantaranya yang paling TOP adalah Liptint merek Emina.

Gambar 1.1

Data 10 Top Brand Lokal Liptint Penjualan Periode Januari-juni 2023



Sumber : Compas.co.id tahun 2023

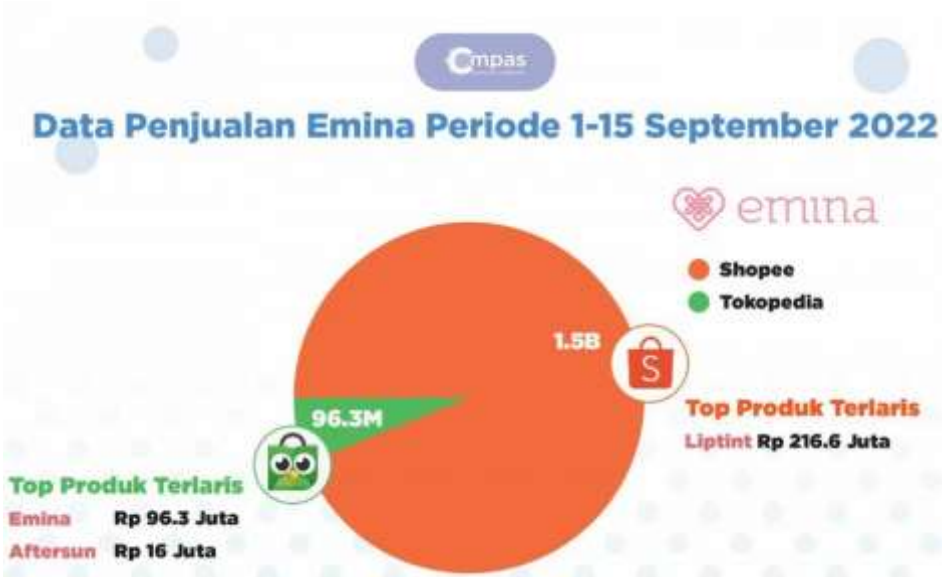
Compas.co.id pada tahun 2023 menelusuri bahwa konsumen lebih memilih merek lokal dari produk Emina. Berdasarkan survei gambar diatas produk Liptint Emina menduduki peringkat pertama, lalu produk Implora menduduki peringkat kedua, sedangkan produk Luxrcrime berada di peringkat ketiga, lalu produk

Somethinc menduduki peringkat ke empat, sedangkan produk Hanasui menduduki

peringkat kelima, kemudian produk Dazzelme berada di peringkat ke enam, lalu produk focallure menduduki peringkat ke tujuh, sedangkan produk Azarine menduduki peringkat ke delapan, kemudian produk Rom&nd berada di peringkat ke sembilan, sedangkan produk Barenbliss berada diperingkat ke sepuluh. *Shopee* dan Tokopedia menjadi lokapasar terpopuler untuk pembelian kosmetik Liptint. Dari data Compas tersebut menunjukkan bahwa produk Liptint merek Emina berada di peringkat pertama dari produk kosmetik Liptint merek Implora dan lainnya. Dari data tersebut bahwa para wanita lebih memilih produk Liptint emina sebagai produk kecantikan yang mereka pakai. Yang menarik adalah bahwa penjualan Emina di *Shopee* justru di dominasi oleh produk Liptint seperti yang terlihat pada gambar 1, hal ini menjadi daya tarik penulis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli produk liptint emina di *marketpleace*.

Gambar 2.2

Data Penjualan Produk Emina Periode 2022



Berdasarkan gambar data penjualan diatas untuk kategori produk kosmetik Liptint produk Emina yang paling laris terjual pada *Marketplace Shopee* dan Tokopedia, produk kosmetik Liptint dari *Brand* Emina terbilang sukses dengan pendapatan penjualan sebesar Rp.216,6 juta. berdasarkan strategi penjualan produk tersebut. Dari tanggal 1-15 September 2022, dalam kategori merek yang paling sering dibeli melalui *e-commerce* dengan total penjualan produk Emina di Tokopedia menghasilkan pendapatan sebesar Rp 96,3 juta.

Salah satu faktor yang mendorong pembeli untuk membeli produk adalah kualitasnya. Kualitas produk akan mempengaruhi pelanggan dalam memilih produk yang digunakan, sehingga memudahkan mereka untuk memilih apa yang akan dibeli. Produk dikatakan berkualitas jika memenuhi keinginan dan kebutuhan pembeli atau melebihi harapan membeli (Solichah dan Budiarti;2024). Karakter suatu produk dapat dilihat dan diukur dari kualitas produk mulai dari kinerja, fitur produk, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, dan estetika (Solichah dan Budiarti; 2024).

Menurut Murtiningsih (dalam Nugroho et al.,2024;913), penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk Emina kosmetik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempercayai dan memilih produk berkualitas sebagai pilihan utama. Kualitas yang baik juga meningkatkan rekomendasi kepada calon pembeli. Hal ini memperkuat posisi Emina sebagai produk kecantikan yang diminati. Selain kualitas produk dalam transaksi bisnis, harga juga merupakan hal yang sangat penting pada penjualan, dan banyak perusahaan yang akhirnya kalah bersaing dengan perusahaan lain

karena menetapkan harga yang tidak *kompetetif* dipasar (Solichah dan Budiarti;2024). Perusahaan dapat menentukan harga yang cocok dengan pelanggan dengan melakukan riset mendalam tentang pasar untuk mengetahui harga yang cocok dengan pelanggan. Pelanggan menggunakan harga ini untuk membandingkan apa yang mereka dapatkan, dari pelayanan atau kualitas produk.

Berdasarkan penelitian Solichah & Budiarti (2024;18) terkait pengaruh harga terhadap keputusan pembelian memberikan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, Nugroho et,al. (2024;913), harga mempunyai faktor pendukung dalam membuat daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk, harga yang ekonomis akan menjadi sesuatu keinginan dan daya tarik bagi calon pembeli. Untuk memberikan gambaran tentang produk Liptint dan harganya dipasaran *e-commerce* berikut ditampilkan harga produk-produk Liptint terlaris di indonesia dari berbagai merek yang setara:

Tabel 1.1

Data harga 10 liptint terlaris di indonesia

Nama Produk Liptint	Berat Produk Liptitnt	Harga Produk
Emina	7 gram	Rp 40.000
Implora	5,5 gram	Rp 18.900
Luxcrime	3,5 ml	Rp 60.000
Somethinc	2,5 ml	Rp 55.500
Hanasui	3,5 gram	Rp 35.000
Dazzel Me	2,5 gram	Rp 25.000
Focallure	2 gram	Rp 71.500

Azarine	2,9 ml	Rp 64.000
Rom&nd	5,5 gram	Rp 91.200
Barenbliss	3 ml	Rp 55.000

Sumber: Shopee dan Tokopedia 2025

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Liptint Emina dengan berat produk 7 gram memiliki harga Rp 40.000. Adapun yang paling mahal adalah Rom&nd dengan harga Rp 91.200 hanya berbobot 5,5 gram. Maka dapat dikatakan bahwa harga liptint Emina cukup Kompetitif.

Dari sejumlah penelitian terdahulu, penulis mendapatkan bahwa penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian liptint emina belum pernah dilakukan pada kosumen wanita di Kota Pekanbaru. Alasan peneliti memilih tempat penelitian di Kota Pekanbaru di dasarkan pada beberapa pertimbangan yang dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat terhadap produk kosmetik secara *online*, tingginya popularitas produk Emina dikota Pekanbaru pada kaum wanita, pertumbuhan pengguna *E-Commerce*, efesiensi waktu dan biaya, kemudahan akses pengumpulan data, dan ketersediaan responden yang relevan.

Berdasarkan hal tersebut dan uraian latar belakang, maka penulis ingin mengembangkan sebuah penelitan mengenai kualitas produk dan harga pada Liptint merek Emina dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Liptint Merek Emina Secara Online Di Kota Pekanbaru".**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang tersebeut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemebelian liptint merek Emina secara *online* di Pekanbaru.

2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Pekanbaru.
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Pekanbaru.

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitan ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru.
3. Untuk menganalisis kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secra *online* di Kota Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai

kualitas produk dan harga, keputusan pembelian.

2. Penelitian sebagai sarana aktualisasi diri, menambah penetahuan serta

dapat mengaplikasikan teori yang di dapatkan selama bangku kuliah terutama dalam bidang pemasaran.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau pengetahuan bagi masyarakat umum jika ingin membeli suatu produk harus mempertimbangkan kualitas produk dan harga sebelum melakukan keputusan pembelian.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Di dalam sistematika penulisan ini, nantinya penulis akan membagi 6 bab yang membahas masing-masing pokok permasalahan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini dijelaskan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis serta sangat membantu dalam analisis hasil penelitian nantinya. Kerangka pemikiran dijelaskan secara singkat tentang permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis berisi pernyataan singkat yang disusun berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menentukan jenis dan suumber data penelitian, teknik pengumpulan data, identifikasi dan operasional variabel, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan mengemukakan *profil* produk Emina

BAB V : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan mencoba memberikan pembahasan tengtang pengaruhnya kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Liptint merek Emina secara *online* dikota Pekanbaru.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis

.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru.
2. Penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara *online* di Kota Pekanbaru.
3. Selain itu, penelitian ini mengindikasikan bahwa baik kualitas produk maupun harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian liptint merek Emina secara online di Kota Pekanbaru.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Indikator terendah variabel kualitas produk adalah “Liptint Emina dapat diandalkan untuk penggunaan sehari-hari”. Oleh karena itu, disarankan agar pihak produsen meningkatkan kualitas dan daya tahan produk liptint

Emina, sehingga konsumen merasa lebih yakin dan puas dalam penggunaannya sehari-hari.

2. Indikator terendah variabel harga adalah “Harga liptint Emina sesuai dengan kualitas yang diberikan” dan “Liptint Emina menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis”. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan melakukan survei pasar untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan sejalan dengan persepsi konsumen tentang kualitas. Selain itu, strategi promosi yang menekankan nilai dan keunggulan produk dapat membantu meningkatkan persepsi harga yang kompetitif.

3. Indikator terendah keputusan pembelian adalah “Saya merekomendasikan liptint Emina kepada orang lain”. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan meningkatkan pengalaman pelanggan melalui program loyalitas atau testimoni dari pengguna yang puas. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga meningkatkan keputusan pembelian secara keseluruhan.

4. Untuk peneliti berikutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti faktor pemasaran, promosi, atau preferensi merek, agar dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Adriyanti, A., & Abubakar, A. H. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui E-Commerce Shopee, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 17 No.2, ISSN 1907-9990.

Alim, I. N., Farisi, H., & Yuliana, A. (2024). Pengaruh Pemasaran Politik Media Sosial Dan Kualitas Informasi Terhadap Niat Memilih Dengan Kepercayaan Dan Loyalitas Pemilih Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 6(01), 106-117, Volume 6, No. 1, Juli, ISSN : 2715 – 0127

Arikunto, S. 2016. ***Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik***. Jakarta:

Ayu, Sari, N. A. T., Kustiyah, E., & Istiqomah, I. (2022). Keputusan Pembelian Produk Garnier Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi*, *Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(5), 1505-1515, Vol.4 No.5, ISSN 2656-2871.

Azzahra, F. M., & Apriyanti, A. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol.6 September, ISSN: 2686 – 1771

Fahmi, N., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Indomaret. *Journal of Economic and Business Education*, 1(3), 158-175,Vol.1, September, ISSN 2963-508.

Fauziah, D., Ali, H., & Manurung, A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159-172, Vol.1 No.4 Januari, ISSN: 2987-0380.

Ghozali, Imam, 2016, ***Aplikasi Analisis Multikveriete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII,*** Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J.F et.al. 2019, ***Multivariate Data Analysis.*** Cengage Learning.

Hasibuan, K., Pristiyono, P., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Faktor Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen melalui Komunikasi Pemasaran. REMIK: *Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1300-1314, Vol.7 No.3 Agustus, ISSN : 2541-1330.

Khumaeroh, F. A., Yanusa, N., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus di Toko Kosmetik Levina Beauty Brebes).

JECMER: Journal of Economic, Management and Enterpreneurship Research, *1*(4), 1-14.Vol.1 No.4 November.

Kutrami, N. P. A., & Khuzaini, K. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* (JIRM), 13(8), Vol.13 No.8, Agustus, ISSN: 2461-0593.

Meithiana Indrasasi, 2019, **Pemasaran dan kepuasan Pelanggan**, Surabaya, CV Unitomo Proses, ISBN 978-623-9178-82-6.

Nisa, H., & Rifani, J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Lipcream (Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 Stia Amuntai). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *1*(1), 104-109.Vol.1 No.1.

Nugroho, P., Wulandari, C. D., Damayanti, T., & Nadila, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Kosmetik. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, *4*(4), 907-914, Vol.4 No.4, June, ISSN 2745-7710.

Nuraini, D., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(7), 358-367, Vol.2 No.7, Juli, ISSN: 3025-7859.

Nurlia, R., Indriani, W., & Wuryanti, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Merek terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi (Studi Kasus Mobil Pajero Sport Cabang Lampung Selatan), *Jurnal Jejama Manajemen Malahayati*, *3*(2), 241-248.

Prihatini, Reni Shinta Dewi 2021. ***Azas-Azas Manajemen,*** Yogyakarta, Cv. Istana Agency, ISBN: 978-623-6226-20-9.

Rahmat Aji, 2024, **Perilaku Konsumen dan Gaya hidup**, Batam, PT Cendikia.

Ramdan, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, Euis Saribanon, 2023, ***Manajemen Pemasaran***, Sukabumi, CV Haura Utama, ISBN 978-623-492-526-5.

Rawi, N. T., Tambunan, S. R., Wiana, D., Sari, D. C., & Berutu, E. P. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Journal of Management and Creative Business*, *2*(4), 206-227.Vol.2, No.4 Oktober, ISSN: 2962-1119.

Rineka Cipta

Rodiyah, R. U., Rusandy, D. S., & Hardiningrum, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Colorfit Last All Day Lip Paint dengan Studi Kasus pada

Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Semester VI Universitas Islam Kadiri Kediri. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, *4*(2), 87-96, Vol.4 No.2 Juni, ISSN: 2962-2891.

Romadhoningrum, G. R., & Santoso, S. B. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Oleh Preferensi Dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Kosmetik Sariayu Marta Tilaar Di Semarang). Diponegoro *Journal Of Management*, 11(3), Vol.11 No.3, ISSN (Online): 2337-3792.

Sabilla, S. S., Febriansyah, R. E., & Sumartik, S. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, *24*(3), 2852-2861.Vol.24 No.3 Oktober, ISSN: 2549-4236.

Saptadi, Melati, Mariani Alimuddin, Anis Marjukah, Rahmat Aji Nuryakin, Asep Deni, Pradana Jati Kusuma, Rini Susilawati, Dwi Wahyuni, Herie Saksono, Penerbit Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2024, ***Model Bisnis Manajemen Pemasaran,*** Batam, ISBN 978-623-8283-89-7.

Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(4), 320-330.

Sholichah, A., & Budiarti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Produk Kecantikan Emina. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, *13*(8), Vol.13, No.8, Agustus, ISSN: 2461-0593.

Siti Mujahida, 2018, **Pengantar Manajemen,** Makassar, CV Sah Media, ISBN 978-602-6928-63-4.

Sugiyono, 2017. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***, Bandung: CV. Alphabet.

Sugiyono, 2019, ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*** Bandung Alfabeta.

Widodo, 2023, ***Manajemen Strategik***, Jawa Tengah, Penerbit PT Nasya Expanding Management, ISBN 978-623-423-816-7.

Yolanda, E., & Raharja, I. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Lipcream Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dandan Depok. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, *1*(3), 142-153, Vol.1 No.3 September, ISSN: 3021-8691.

Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang

Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, *9*(1), 346-354, Vol.9 No.1 Juni, ISSN: 2302-9560.

Yulianty, Y., Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik lipstik merek wardah di Kota Pekanbaru. *K urs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis, 6*(2), 142-155, Vol.6 No.2 Desember, ISSN 2527-8215.

Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(2), Vol.1 No 2 Oktober, ISSN 2721-3102.