

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN WARDAH
(STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh

KRISTANTI

1831150051



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2022**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristanti
NIM : 1831150051
Program Studi : S1-Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 15 Agustus 2022



Kristanti



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus
Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)”**

Oleh:

Nama : Kristanti
NIM : 1831150051
Program Studi : S1-Manajemen
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1-Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 15 Agustus 2022

Menyetujui:

Pembimbing I

Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA
NIDN: 0309066103

Pembimbing II

Ramot P. Simanjuntak, SE., MM, Ak., CA
NIDN: 0315115401

Ketua Program Studi S-1 Manajemen

(Franky Yosua Sitorus, S.E., M.M., Ak., CA)

Dekan



(Jonny Siagian, SE., MMA)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 15 Agustus 2022 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1-Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Kristanti
NPM : 1831150051
Program Studi : S1-Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Sautman Sinaga, SE., MM.	Sebagai Ketua	
2 Carolina F. Sembiring, SE., MM.	Sebagai Anggota	
3 Fenny B.N.L. Tobing, SE.MMA	Sebagai Anggota	

Jakarta, 15 Agustus 2022



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristanti
NIM : 1831150051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI-Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademik yang timbul sertamembebasakan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
15 Agustus 2022

Kristanti

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah: Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia”.

Penulisan skripsi ini dibuat dan disusun merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan, dukungan, bimbingan, arahan dari banyak pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Dengan kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

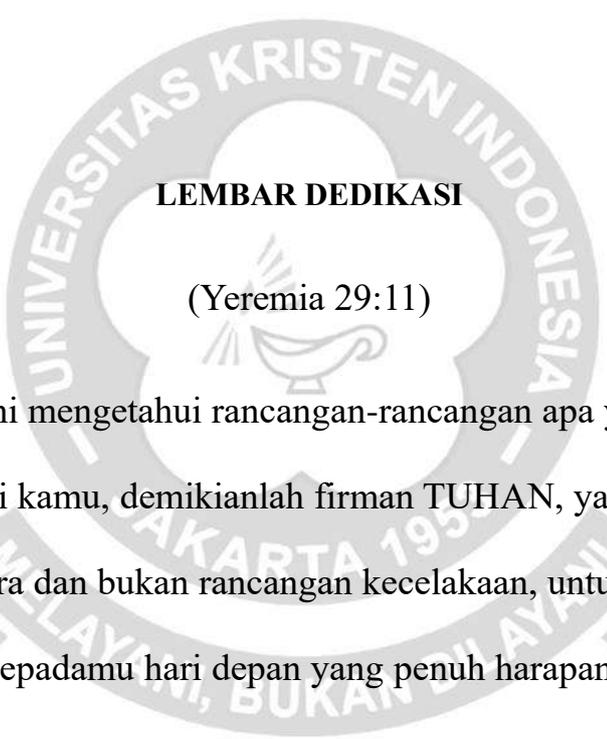
1. Jonny Siagian, SE., MMA. selaku Dekan dan Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
2. Franky Yosua Sitorus, S.E., M.M., Ak., CA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
3. Dr. Posma S.J.K Hutasiot, SE., MSi., MSE. Selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA. selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan perhatian, arahan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Ramot P. Simanjuntak, SE., MM, Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Alm. Bapak Harapan Marbun dan Ibu Ronny Evalina Tampubolon selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, perhatian, dukungan dalam bentuk material, terimakasih atas semua yang telah diberikan, sehingga penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Adik-adik tersayang: Okta Maria Marbun dan Lidiya Saputri Marbun yang membuat saya semangat dalam kuliah dan memberikan doa serta motivasi kepada penulis.
9. Terimakasih kepada Keluarga besar Marbun/Br. Tampubolon atas dukungan dan doa yang tiada henti untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
10. Sahabat-sahabatku “SEQUADELIGHT” dan sekaligus kekasih tersayang kepada Ajeng Sarjono, Gabriela Permata Sari, Iqro Annur, Nurkholis Fadlillah dan Christian Agung Naibaho yang telah memberikan dukungan satu sama lain sekaligus sebagai penyemangat penulis.
11. Teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan terkhususnya Era Juliarta, Sania Debora, Cindy Sibarani, Riski Simorangkir, Nurfitriah Hasanah dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih selalu saling memberikan dukungan, motivasi dan bantuan dari awal perkuliahan sampai sekarang.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta dapat memberikan ilmu yang baru bagi para pembaca. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta, 15 Agustus 2022





LEMBAR DEDIKASI

(Yeremia 29:11)

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.”

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
LEMBAR DEDIKASI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	10
B. Bauran Pemasaran.....	13
C. Kualitas Produk	
1. Pengertian Produk (Product).....	18
2. Pengertian Kualitas Produk.....	23

D. Harga.....	28
E. Iklan	
1. Tujuan Iklan.....	30
2. Jenis Iklan.....	32
F. Minat Beli	
1. Pengertian Minat Beli.....	33
2. Faktor Perilaku Pembelian.....	34
G. Penelitian Terdahulu.....	37
H. Kerangka Konseptual	
1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	39
2. Hubungan Harga terhadap Minat Beli.....	39
3. Hubungan Iklan terhadap Minat Beli.....	40
I. Hipotesis Penelitian.....	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44
D. Jenis dan Sumber Data.....	46
E. Variabel Penelitian.....	46
F. Definisi Operasional.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Metode Analisis Data	
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reliabilitas.....	53
I. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif.....	53
2. Metode Analisis Regresi Berganda.....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	54

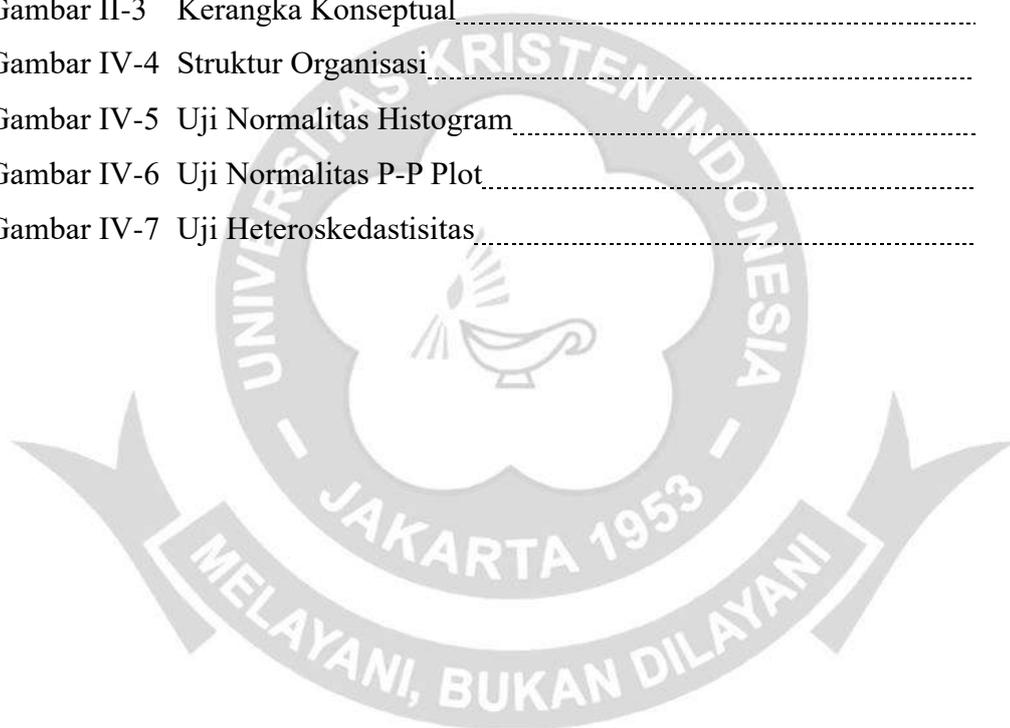
4. Uji Hipotesis.....	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	61
C. Struktur Organisasi.....	62
D. Lokasi.....	63
E. Hasil dan Pembahasan	
1. Karakteristik Responden.....	64
2. Uji Validitas dan Realibilitas.....	67
3. Hasil Data.....	69
4. Uji Asumsi Klasik.....	76
5. Uji Hipotesis.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I-1 Brand Kosmetik Lokal	3
Tabel I-2 Top Bran Award Tahun 2022	4
Tabel III-3 Jumlah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia	44
Tabel III-4 Variabel Penelitian	48
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV-6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	64
Tabel IV-7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	65
Tabel IV-8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rekomendasi	65
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas	66
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel IV-11 Statistik Deskriptif	69
Tabel IV-12 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Variabel Kualitas Produk (X1)	71
Tabel IV-12 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Variabel Harga (X2)	72
Tabel IV-12 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Variabel Iklan (X3)	73
Tabel IV-12 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Variabel Minat Beli (Y)	74
Tabel IV-16 Hasil Perhitungan Analisis Linier Berganda	75
Tabel IV-17 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel IV-18 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel IV-19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel IV-20 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji-T)	81
Tabel IV-21 Hasil Uji F	82
Tabel IV-22 Hasil Uji Regresi	83
Tabel IV-23 Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II-1 Bauran Pemasaran 4p.....	14
Gambar II-2 Pengambilan Keputusan Individu.....	21
Gambar II-3 Kerangka Konseptual.....	41
Gambar IV-4 Struktur Organisasi.....	61
Gambar IV-5 Uji Normalitas Histogram.....	71
Gambar IV-6 Uji Normalitas P-P Plot.....	72
Gambar IV-7 Uji Heteroskedastisitas.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	115
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	122
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	124
Lampiran 6 Hasil Olah Data SPSS versi 21.0.....	133



ABSTRAK

Kristanti, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia).

Era globalisasi memberikan pengaruh besar bagi pemasaran, sehingga perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan harus mencari informasi mengenai apa yang diharapkan oleh konsumen dari suatu produk tersebut. Agar perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen. Maka seorang pemasar harus mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan mengembangkan produk yang berkualitas, menetapkan harga yang sesuai, dan mempromosikan produknya secara efektif dan perusahaan dapat memenangkan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih produk, dalam hal ini minat beli seorang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli produk kecantikan Wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 74 responden yang sudah pernah / paling tidak satu kali menggunakan produk produk kecantikan Wardah dalam kurun waktu dari 6 bulan.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi, $Y = -3.770 + 0.247X_1 + 0.341X_2 + 0.263X_3$. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.945 > 1.994$) dan taraf sig $0.000 < 0.05$. Variabel harga memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.206 > 1.994$) dan taraf sig $0.002 < 0.05$. Variabel iklan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.511 > 1.994$) dan taraf sig $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan f_{tabel} sebesar 2.74. Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $381.723 > 2.74$. Hal ini berarti bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli produk kecantikan Wardah. Berdasarkan uji Determinasi (R^2) sebesar 0.942 atau 94.2% dan sisanya 5.8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Minat Beli.

ABSTRACT

Kristanti, Influence of Product Quality, Price and Advertising on Interest in Buying Wardah Beauty Products (Case Study of Students of the Faculty of Economics and Business, Indonesian Christian University).

The era of globalization has a major influence on marketing, so companies must be able to recognize and know what the needs and desires of their consumers are. Companies must seek information about what consumers expect from a product. So that companies can create products that are in accordance with the wishes of potential consumers. So a marketer must be able to identify consumer needs by developing quality products, setting appropriate prices, and promoting their products effectively and companies can win what underlies a consumer in choosing a product, in this case a consumer's buying interest. This study aims to determine the effect of product quality, price, and advertising on buying interest in Wardah beauty products among students of the Faculty of Economics and Business, Indonesian Christian University.

Sampling using purposive sampling. The research data was obtained by distributing questionnaires to 74 respondents who had/at least once used Wardah beauty products within a period of 6 months.

The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. The results obtained by the regression equation, $Y = -3.770 + 0.247X_1 + 0.341X_2 + 0.263X_3$. The results of the study indicate that the product quality variabel has a value of $t_{count} > t_{table}$ ($4,945 > 1,994$) and a sig level of $0.000 < 0.05$. The price variabel has a value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,206 > 1,994$) and a sig level of $0.002 < 0.05$. The advertising variabel has a value of $t_{count} > t_{table}$ ($7,511 > 1,994$) and a sig level of $0.000 < 0.05$. This shows that product quality, price, and advertising have an effect on consumer buying interest. Based on f_{table} of 2.74. The value of $f_{count} > f_{table}$ is $381.723 > 2.74$. This means that simultaneously there is a significant influence between the variabels of product quality, price, and advertising on the buying interest of Wardah's beauty products. Based on the determination test (R^2) of 0.942 or 94.2% and the remaining 5.8% is explained by other variabels outside this study.

Keywords: Product Quality, Price, Advertising, and Buying Interest.