

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**ASTRI ANDIKA**

**201710160311234**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Astri Andika**  
NIM : **201710160311234**  
Jurusan : **Manajemen**


Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**  
Pembimbing II : **Dr. Dewi Nurjannah, M.M.**  
Penguji I : **Dr. Fien Zulfikariyah, M.M.**  
Penguji II : **Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
  
**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Program Studi,  
  
**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

Oleh :

**Astri Andika**  
201710160311234

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 20 Juli 2024

Pembimbing I,

**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Pembimbing II,

**Dr. Dewi Nurjannah, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Program Studi,

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Astri Andika

NIM : 201710160311234

Program Studi : Manajemen

E-mail : [astriandika@gmail.com](mailto:astriandika@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Astri Andika

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

**Astri Andika**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: [astriandika@gmail.com](mailto:astriandika@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, pengaruh pemasaran sosial media terhadap keputusan pembelian dan manakah diantara variabel bebas yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kosmetik wardah dengan sampel sebanyak 385 responden menggunakan accidental sampling. Metode yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, pemasaran sosial media berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** – harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, pemasaran sosial media, keputusan pembelian

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGGUNAAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

**Astri Andika**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: [astriandika@gmail.com](mailto:astriandika@gmail.com)

***Abstract***

*This research aims to determine and analyze the influence of price on purchasing decisions, the influence of product quality on purchasing decisions, the influence of service quality on purchasing decisions, the influence of social media marketing on purchasing decisions and which of the independent variables has a dominant influence on purchasing decisions. The population in this study were Wardah cosmetics consumers with a sample of 385 respondents using accidental sampling. The method used uses multiple linear regression analysis with SPSS 25. The results of this study show that price has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, service quality has a significant positive effect on purchasing decisions, social media marketing has a significant positive effect on purchasing decisions. purchasing decisions, and price has a dominant influence on purchasing decisions.*

*Keywords – price, product quality, service quality, social media marketing, purchasing decisions*

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pemasaran sosial media terhadap keputusan pembelian”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dr. Sri Nastiti Andharini, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Dewi Nurjannah, Dra., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta

memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Malang, Juni 2024

Astri Andika





## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I Pendahuluan</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II Kajian Pustaka</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori .....	11
C. Kerangka Pikir.....	22
D. Hipotesis.....	22
<b>BAB III Metode Penelitian</b>	
A. Lokasi Penelitian .....	25
B. Jenis Penelitian .....	25
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Definisi Operasional Variabel .....	26
E. Data Dan Sumber Data .....	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Pengukuran Variabel.....	28

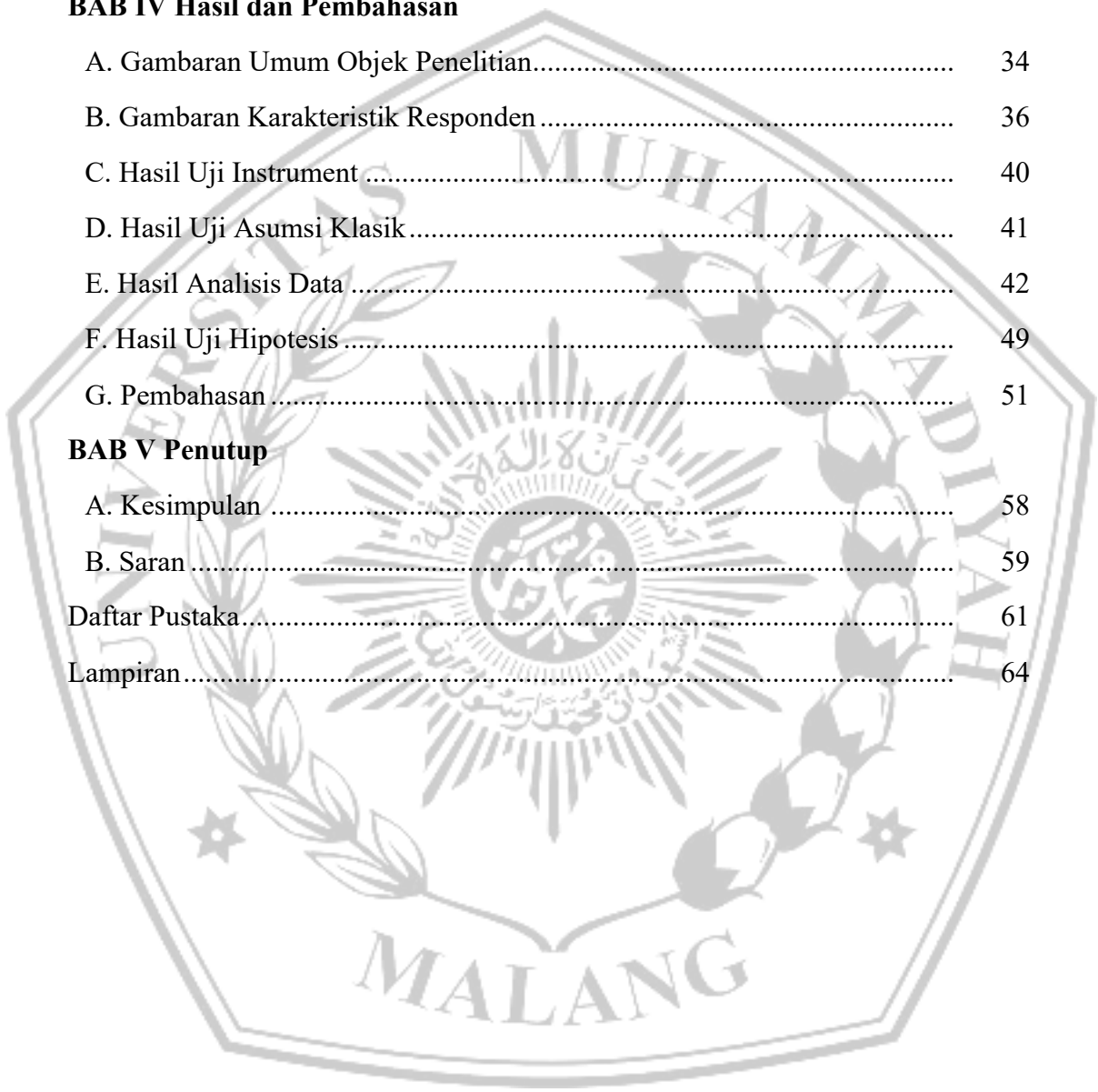
H. Uji Instrumen.....	29
I. Uji Asumsi Klasik.....	29
J. Teknik Analisis Data .....	30
K. Uji Hipotesis.....	32

**BAB IV Hasil dan Pembahasan**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
B. Gambaran Karakteristik Responden.....	36
C. Hasil Uji Instrument .....	40
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	41
E. Hasil Analisis Data .....	42
F. Hasil Uji Hipotesis .....	49
G. Pembahasan.....	51

**BAB V Penutup**

A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	61
Lampiran.....	64



## Daftar Gambar

Gambar 2.1. Kerangka Pikir ..... 22

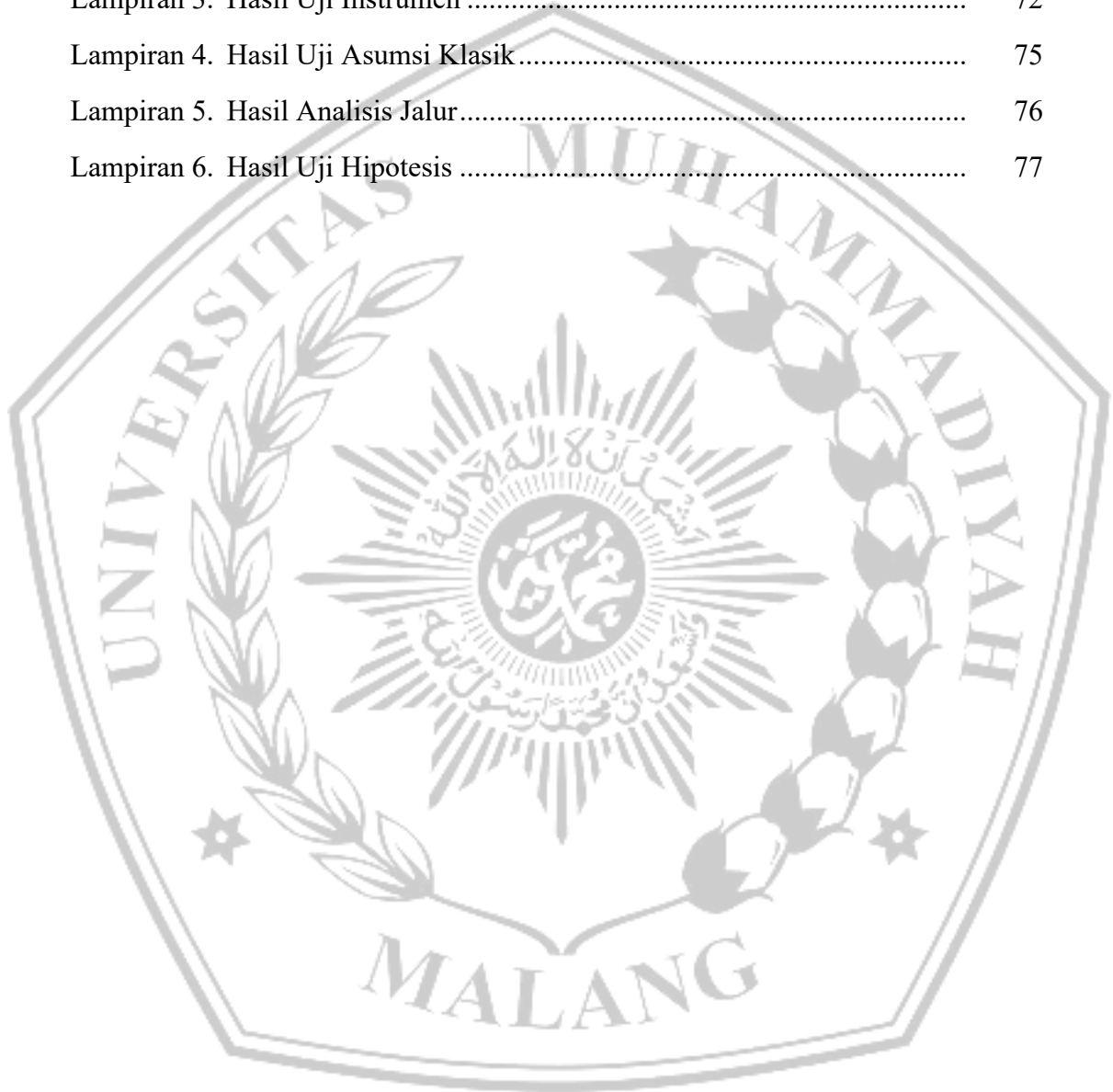


## Daftar Tabel

Tabel 1.1. Data Karyawan resign selama 5 tahun terakhir .....	4
Tabel 1.2. Data Pra-penelitian .....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 3.2. Skala Likert.....	28
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2. Umur Responden .....	38
Tabel 4.3. Status Karyawan .....	38
Tabel 4.4. Masa Bekerja .....	38
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.6. Bagian Kerja .....	39
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas .....	41
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas .....	42
Tabel 4.11. Rekapitulasi uji t.....	49
Tabel 4.12. Uji Dominan .....	50

## Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Distribusi Jawaban Responden.....	68
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen .....	72
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	75
Lampiran 5. Hasil Analisis Jalur.....	76
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis .....	77



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, B., & Saladin., D. (2010). *Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Ahmad, T. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522-529.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana resto terhadap keputusan pembelian pada café and resto sugar rush di bontang. *Administrasi Bisnis*, 8(1), 27.
- Anwar, Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assael, H. (2016). *Consumer Behavior (6th ed.)*. New York: Learning.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- C. Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Djatikusuma, E. (2014). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minuman Berisotonik Pocari Sweat". *Jurnal STIE MDP*.
- Engel, B., & Miniard. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, S., & Farida, N. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Veranda Pasta House & Cafe Gresik.
- Ikbari, S. S., Arsih, A., & Mardani, Y. (2022). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's Pondok Cabe. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(4), 424-432.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques (2nd ed.)*.

New Delhi: New Age International Publisher.

- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Amstornrg, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran (11th ed.)*. Jakarta: Gramedia Lovelock.
- Loudon, D. L., & Bitta, A. J. (2010). *Consumer Behaviour Concept and Application (6th ed.)*. New York: Mc Graw Hill.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*, McGraw-Hill International Edition.
- Perdana, R. N., & Rinaldo, J. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe El's Coffee Di Padang. *Matua Jurnal*, 3(4), 814-824.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Salim, Syahrums. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cipta Pustaka.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behaviour (7th ed.)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (6th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31-35
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Valentino, Y. B. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Cupfee Di Pontianak. *Obis*, 5(1), 49-57.
- Wahyuningtias, R., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

23%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	8%
2	adoc.pub Internet Source	3%
3	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to stie-pembangunan Student Paper	2%
5	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On