

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SKINCARE SKINTIFIC DI BERLIAN INDAH SAMARINDA

SKRIPSI

**Diajukan oleh:
Ahmad Jayadi
2011102431356**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JULI 2024**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND
SKINCARE SKINTIFIC DI BERLIAN INDAH SAMARINDA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

**Diajukan oleh:
Ahmad Jayadi
2011102431356**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JULI 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SKINCARE SKINTIFIC DI BERLIAN INDAH SAMARINDA

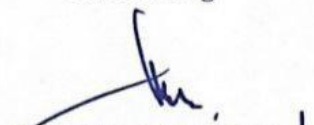
SKRIPSI

Diajukan oleh:


Ahmad Jayadi
2011102431356

Disetujui untuk diujikan
Pada tanggal 09 Juli 2024

Pembimbing


Dr. M. Risal, S.E., M.Si
NIDN. 0901027401

Mengetahui,
Koordinator Skripsi


Muhammad Iqbal Pribadi, S.M., M.B.A.
NIDN. 1115039601

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND SKINCARE SKINTIFIC DI BERLIAN INDAH SAMARINDA

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Ahmad Jayadi

2011102431356

Diseminarkan dan Diujikan

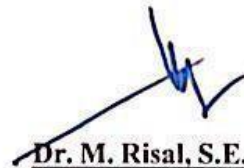
Pada tanggal 09 Juli 2024

Penguji I



Istimaroh, S.E., M.M., Ph.D.
NIDN. 1126057301

Penguji II



Dr. M. Risal, S.E., M.Si.
NIDN. 0901027401

Mengetahui,

Ketua

Program Studi S1. Manajemen



Prof. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Jayadi

NIM : 2011102431356

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda

Menyatakan bahwa **skripsi** yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam **skripsi** saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 09 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Ahmad Jayadi
NIM: 2011102431356

ABSTRAK

Saat ini perawatan wajah bagi sebagian besar orang merupakan kebutuhan utama, beberapa tahun belakangan ini bermunculan berbagai produk perawatan kulit, sehingga menciptakan pesaing yang cukup ketat. Oleh karena itu Skintific Berlian Indah dapat meningkatkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian brand skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan instrumen pengumpulan data menggunakan skala *likert*, kuesioner disebarluaskan secara online dengan pengambilan sampel sebanyak 180 responden. Selain itu penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menganalisis data menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 3.0* dengan pengujian *Outer model* (uji validitas konvergen, uji validitas diskriminasi, uji reliabilitas konstruk, dan uji multikolinieritas konstruk) dan *Inner model* (*R-Square* dan uji hipotesis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Currently, facial care is a primary need for most people. In recent years, various skincare products have emerged, creating a highly competitive market. Therefore, Skintific Berlian Indah can enhance its effective marketing strategies. This study aims to determine the impact of price, product quality, and service quality on purchasing decisions for the Skintific skincare brand in Berlian Indah Samarinda. The research employs purposive sampling and data collection instruments using a Likert scale, with questionnaires distributed online to 180 respondents. Additionally, this study uses a quantitative descriptive method, analyzing data with SmartPLS 3.0 software, including Outer model tests (convergent validity, discriminant validity, construct reliability, and multicollinearity tests) and Inner model tests (R-Square and hypothesis testing). The results indicate that price, product quality, and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Skintific skincare brand in Berlian Indah Samarinda.

Keywords: *Price, Product Quality, Service Quality, and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta shalawat dan salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW beserta para pengikutnya hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Skintific di Berlian Indah Samarinda”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak **H. Agus** dan Ibu **Hartinah** terimakasih atas doa dan kasih sayangnya kepada penulis serta telah membantu saya selama ini. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, serta adik-adik saya Dyah, Ifah, Idam
2. Bapak **Dr. Muhammad Musiyam, M.T** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak **Prof. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Bapak **Ikhwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D** selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
5. Bapak **Dr. M. Risal, S.E., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah ikhlas dan tulus serta berkenan meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan serta membimbing penulis dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.
6. Ibu **Istimaroh, S.E., Ph.D** selaku dosen penguji yang telah ikhlas dan tulus serta berkenan meluangkan waktu pikiran dan tenaga.
7. Seluruh **Bapak, Ibu Dosen dan Staff Administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur**, atas ilmu dan dedikasi yang telah diberikan pada penulis.
8. Teman-teman seperbimbingan dan seperjuangan penelitian **Wowot S, Canra, dan Anang** atas dukungan, motivasi dan bantuan yang telah diberikan selama melakukan penelitian tugas akhir ini.
9. Kepada **Ade Putri Wahyuni** terimakasih ku yang mendalam atas semua bantuan dan dukungan yang telah kau berikan selama ini, setiap tantangan yang penulis lewati selalu ada disampingku dengan nasehat atau bantuan yang sangat membantu. Terima Kasih atas segalanya Puput semoga kata pengantar ini mencerminkan rasa terimakasihku kepada mu yang banyak menyusahkan.
10. Dan **semua pihak** yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, bantuan serta dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan terkhusus di bidang manajemen pemasaran.

Samarinda, 09 Juli 2024
Penyusun

Ahmad Jayadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	5
2.1 Manajemen Pemasaran	5
2.2 Harga.....	5
2.3 Kualitas Produk	5
2.4 Kualitas Layanan	6
2.5 Keputusan Pembelian	7
2.6 Skintific.....	7
2.7 Pengembangan Hipotesis	7
2.8 Kerangka Pikir.....	9
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	10
3.1 Lokasi Penelitian	10
3.2 Jenis Penelitian	10
3.3 Populasi dan Sampel.....	10
3.4 Unit Analisis.....	10
3.5 Sumber Data.....	11
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	11
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.8 Teknik Analisis Data.....	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Hasil Analisis.....	19
4.1.1 Analisis Deskriptif	19
4.1.2 Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	21
4.1.3 Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	25
4.2 Pembahasan.....	27
BAB V PENUTUP.....	29
4.2 Kesimpulan	29
4.3 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	33

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Operasional Variabel.....	11
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	12
3.3 Skala Pengukuran	16
3.4 Interpretasi Nilai <i>Loading Factor</i>	17
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	19
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	19
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	20
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	20
4.5 Reabilitas Konstruk dan Validitas Konstruk.....	21
4.6 Data Hasil <i>Outer Loading</i>	22
4.7 <i>Cross Loading</i>	23
4.8 Data AVE	23
4.9 Pengujian Validitas Diskriminan Berdasarkan Kriteria HTMT.....	24
4.10 Data <i>Inner VIF</i>	24
4.11 Data R^2	25
4.12 Data Hipotesis.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Histogram Brand Skincare Terlaris di <i>E-Commerce</i> 2022.....	1
1.2 Histogram Brand Skincare Terlaris di <i>E-Commerce</i> 2023.....	2
1.3 Histogram Penjualan Produk Skintific Periode 2023-2024	2
2.1 Kerangka Pikir.....	9
4.1 <i>Outer Model</i>	21
4.2 <i>Inner Model</i>	25

DAFTARLAMPIRAN

Lampiran	Halaman
L1 Surat Ijin Penelitian	33
L2 Kuesioner.....	35
L3 <i>Outer Model</i>	36
L4 <i>Inner Model</i>	38
L5 Hasil Turnitin	39