

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE  
PADA MS GLOW BY FAZIA BEAUTY KOTA METRO**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**SHANIA JAYANTI**  
NPM: 20610068

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

**2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE  
PADA MS GLOW BY FAZIA BEAUTY KOTA METRO**

**SKRIPSI**

**Diajukan**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:  
SHANIA JAYANTI  
NPM. 20610068**

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

**2024**

## ABSTRAK

Shania Jayanti. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E.,M.M. Pembimbing (II) H. Suryadi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare pada ms glow by fazia beauty kota metro. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Fazia Beauty Kota Metro dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan maka penelitian menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Shania Jayanti. 2024. "The Influence of Product Quality, Promotion and Price Perception on Purchasing Decisions for Skincare Products at Ms Glow By Fazia Beauty, Metro City". Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) Ratmono, S.E., M.M. Supervisor (II) H. Suryadi, S.E., M.M.*

*This research aims to find out whether product quality, promotion and price perception influence the decision to purchase skincare products in MS Glow by Fazia Beauty in metro cities. The type of research carried out in this research is quantitative research. The population in this research is Metro City Fazia Beauty consumers with an unknown number. To obtain a sample that represents the population as a whole, the research used an accidental sampling technique. Primary data collection techniques use interviews and questionnaires. Data analysis used includes validity test, reliability test, normality test, linearity test, homogeneity test and multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 25.0 application. The results of this research can be concluded that Product Quality has a direct influence on Purchasing Decisions at Ms Glow By Fazia Beauty Metro City, Promotion has a direct influence on Purchasing Decisions at Ms Glow By Fazia Beauty Metro City, Price Perceptions have a direct influence on Purchasing Decisions at Ms Glow By Fazia Beauty Metro City, Product Quality, Promotion and Price Perception jointly influence purchasing decisions at Ms Glow By Fazia Beauty Metro City.*

**Keywords: Product Quality, Promotion, and Price Perception, Purchasing Decisions**

## RINGKASAN

Perkembangan bisnis skincare di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang menyebabkan persaingan pada industri skincare pun semakin ketat. Di Indonesia perawatan kecantikan telah menjadi hal yang didambakan dan menjadi kebutuhan yang dianggap sangat penting bagi setiap masyarakat khususnya pada kaum wanita. Berdasarkan data yang dilansir Euromonitor Internasional berjudul *The Future of Skincare* bahwa Indonesia juga dapat diperhitungkan sebagai pasar skincare terbesar di dunia, Indonesia dianggap akan menjadi penyumbang terbesar kedua untuk pertumbuhan perawatan kulit di dunia.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. setelah dilakukan analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro
2. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro
3. Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro
4. Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE  
PADA MS GLOW BY FAZIA BEAUTY KOTA METRO

SHANIA JAYANTI  
NPM. 20610068

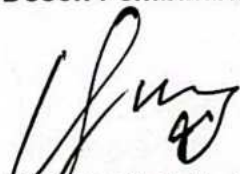
Telah di setujui oleh :

Dosen Pembimbing I



Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN.0220076001

Dosen Pembimbing II



H. Suryadi, S.E., M.M.  
NIDN.0229115901

Mengetahui :  
Kaprod S1 Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.  
NIDN.02220098901

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE  
PADA MS GLOW BY FAZIA BEAUTY KOTA METRO

SHANIA JAYANTI  
NPM. 20610068

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 31 Juli 2024

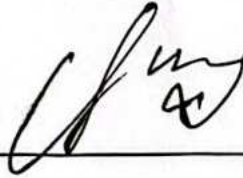
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji



Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN.0220076001

Ketua Penguji



H. Suryadi, S.E., M.M.  
NIDN.0229115901

Sekretaris



Dr. Yateno, S.E., M.M.  
NIDN.0225046502

Penguji Utama

Mengetahui,  
Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN.0210036801



## **MOTTO**

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar bin Khattab)

“Hanya karena prosesmu lebih lama daripada yang lain, bukan berarti kamu gagal.”

(Shania Jayanti)

## PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang mana telah memberikan anugerah, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Somad dan Ibu Hanawiyah. Saya mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua sebesar- besarnya atas cinta dan kasih sayang, kepercayaan, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral maupun material serta selalu mendoakan selama menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan studi sampai dengan sarjana di Universitas Muhammadiyah Metro. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidupku.
2. Untuk Saudara dan saudari sekandung Uti Ermy Sofiana, Abang Sudrajad, dan keluarga besar Harun Rasyid yang telah banyak membantu saya dalam penyusunan skripsi ini dengan dukungan dan harapan yang telah di berikan kepada saya dengan tulus.
3. Untuk Sahabat kecilku Dea Himalia Putri dan Sahabat seperjuanganku dari spesial grup calon orang sukses (Salsabila Khairi dan Salsabila Uniaga) yang menemaniku di awal masa perkuliahan hingga berada dititik ini, terimakasih telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan kebersamaan dan kehangatan yang kalian berikan. Semua kenangan suka maupun duka kita akan saya kenang selamanya, semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan kalian.
4. Untuk temen-temen satu angkatan 2020 program studi manajemen, saya mengucapkan terimakasih telah membantu dan menjadi inspirasi saya selama penyusunan skripsi ini.
5. Dan untuk almameter tercinta Universitas Muhammadiyah Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Dan terakhir terimakasih untuk Shania Jayanti, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari skripsi ini adalah: Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro.

Dalam proses penyusunan skripsi I ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.SI., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Nani Septiana, S.E., M.M. Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ratmono, S.E., M.M., Selaku Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
5. H.Suryadi, S.E.,M.M., Selaku Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan arahan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak Fazia Beauty Store yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di lingkungan industri skincare ini.

Demikian pengantar skripsi ini dibuat semoga bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam proposal ini. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca penelitian ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

Metro, Mei 2024



Shania Jayahti

NPM. 20610068

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Shania Jayanti  
Npm : 20610068  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Asal : Universitas Muhammadiyah Metro

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro"** benar hasil karya saya bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, .....2024  
Yang membuat pernyataan



**Shania Jayanti**  
NPM. 20610068



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 0969/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : Shania Jayanti  
**NPM** : 20610068  
**JENIS DOKUMEN** : Tugas Akhir

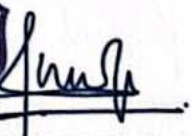
**JUDUL** : Pengaruh kualitas produk, promosi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk skincare pada ms glow by fazla beauty kota metro

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 18 Agustus 2024  
Kepala Unit,

  
**Dr. Nego Linuhung, M.Pd.**  
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
RINGKASAN .....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vii
HALAMAN PENGESAHAN .....	viii
HALAMAN MOTTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN ( <i>Similarity Check</i> ).....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>	
A. Kajian Literatur .....	9
1. Manajemen .....	9
2. Kualitas Produk .....	10
3. Promosi .....	12
4. Persepsi Harga .....	14
5. Keputusan Pembelian .....	15
B. Penelitian Relevan .....	17
C. Kerangka Berfikir .....	20
D. Hipotesis Penelitian .....	22

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	23
B. Tahapan Penelitian .....	23
C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel .....	24
D. Teknik Pengumpulan data .....	26
E. Instrumen Penelitian .....	27
F. Teknik Analisis data .....	27
G. Uji Persamaan .....	30
H. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	34
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
2. Struktur Organisasi .....	34
B. Hasil Penelitian .....	37
1. Pengujian Persyaratan Instrumen .....	37
2. Distribusi Frekuensi Data .....	39
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	45
4. Persyaratan Hipotesis .....	50
C. Pembahasan .....	54
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
<b>DAFTAR LITERATUR</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Produk Ms Glow yang Terjual .....	3
Tabel 2.	Penelitian yang Relevan .....	18
Tabel 3.	Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	26
Tabel 4.	Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner skala Likert .....	27
Tabel 5.	Hasil Uji Reliabilitas variable Kualitas Produk (X1) .....	38
Tabel 6.	Hasil Uji Reliabilitas variable Promosi (X2) .....	39
Tabel 7.	Hasil Uji Reliabilitas variable Persepsi Harga (X3) .....	39
Tabel 8.	Hasil Uji Reliabilitas variable Keputusan Pmebelian (Y) .....	39
Tabel 9.	Distribusi Frekuensi Data Kualitas Produk (X1) .....	40
Tabel 10.	Distribusi Frekuensi Data Promosi (X2) .....	42
Tabel 11.	Distribusi Frekuensi Data Harga (X3) .....	43
Tabel 12.	Distribusi Frekuensi Data Keputusan Pembelian (Y) .....	45
Tabel 13.	Hasil pengujian normalitas .....	46
Tabel 14.	Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y .....	47
Tabel 15.	Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y .....	47
Tabel 16.	Hasil Uji Linieritas X3 Terhadap Y .....	48
Tabel 17.	Hasil Uji Homogenitas X1 Terhadap Y .....	48
Tabel 18.	Hasil Uji Homogenitas X2 Terhadap Y .....	49
Tabel 19.	Hasil Uji Homogenitas X3 Terhadap Y .....	49
Tabel 20.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	50
Tabel 21.	Hasil Uji F .....	52
Tabel 22.	Hasil Uji R2 Koefesien Determinasi .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brand Skincare Lokal Terlaris .....	2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. Histogram Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk (X1) .....	35
Gambar 4. Histogram Deskripsi Data Variabel Promosi (X2) .....	42
Gambar 5. Histogram Deskripsi Data Variabel Harga (X3) .....	44
Gambar 6. Histogram Deskripsi Data Variabel Keputusan Pmebelian (Y) ....	45

## LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	64
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner Penelitian .....	74
Lampiran 3.	Tabel Frekuensi Data .....	82
Lampiran 4.	Pengujian Persyaratan Instrumen .....	85
Lampiran 5.	Pengujian Persyaratan Analisis .....	88
Lampiran 6.	Uji Hipotesis.....	92
Lampiran 7.	R tabel .....	93
Lampiran 8.	T tabel.....	96
Lampiran 9.	F tabel.....	98
Lampiran 10.	Dan Lain-lain.....	101