

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

ANGELINA MEI PUTRI

11190727

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelina Mei Putri

NIM : 11190727

Program studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 25 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Angelina Mei Putri)

NIM 11190727

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Angelina Mei Putri

11190727

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ANGELINA MEI PUTRI

11190727

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis



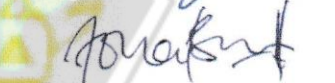
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal

20 Januari 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min. : 
(Ketua Tim Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. : 
(Dosen Pembimbing)
3. Jonathan Herdioko, S.E., M.M. : 
(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 24 Januari 2023

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 05 Desember 2022



(ANGELINA MEI PUTRI)

11190727

HALAMAN MOTTO

Do the best and pray. God will take care of the rest.

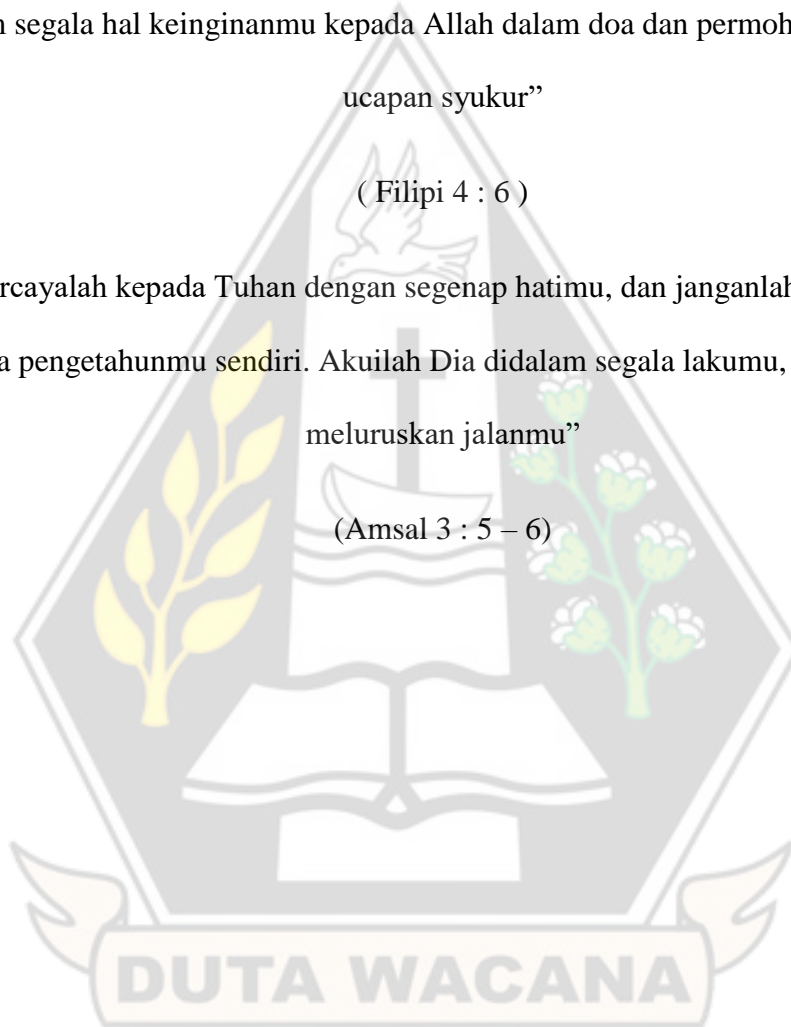
(Lakukan yang terbaik, kemudian berdoalah. Tuhan yang akan mengurus sisanya)

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4 : 6)

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengetahuanmu sendiri. Akuilah Dia didalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu”

(Amsal 3 : 5 – 6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus sumber segala pengetahuan, karena atas segala kebaikan, kemurahan dan campur tanganNya saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua saya (Bapak Benny Sembiring dan Ibu Rita Sinaga) sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada mungkin dapat kubalas. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia.
3. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M., terima kasih karena telah banya meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing serta telah bersedia mengantarkan saya untuk mengantungi gelar sarjana.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang telah membimbing dalam bidang Manajemen selama kurang lebih 3,5 tahun.
5. Teman-teman saya Yohana, Brigita, Kak Fanny, Kak Fika dan masih banyak lagi yang belum disebutkan namanya satu persatu yang dengan cara mereka masing-masing telah membantu dan mendukung saya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kehendakNya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Perminas Pangeran, M.Si.,CSA.,CRP selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dr. Singgih Santoso, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dengan banyak memberikan saran-saran yang mendukung dalam penulisan skripsi.
3. Dra. Umi Murtini, M.Si selaku dosen wali yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan arahan selama saya kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi.

5. Kedua orangtua saya yang memberikan materi serta dukungan yang selalu mendoakan dan memberikan saya semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Saudara kandung saya Karen, Caitlin, dan Marvel yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya.
7. Yohana dan Brigita teman seperjuangan saya selama penulisan skripsi serta selalu membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penulisan skripsi.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 24 November 2022



Angelina Mei Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGAJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
ABSTRAK.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9

2.1	Kualitas Produk	9
2.2	Persepsi Harga	10
2.3	Celebrity Endorsement	11
2.4	Kepuasan Konsumen	13
2.5	Penelitian Terdahulu	14
2.6	Kerangka Berpikir	19
2.7	Hipotesis Penelitian	20
2.7.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta	20
2.7.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta	21
2.7.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta	21
BAB III		23
METODE PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Populasi	23
3.3	Sampel	24
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	25
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	28
3.6	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7	Teknik Analisis Data	29
3.8	Uji Validitas	30
3.9	Uji Reliabilitas	31
3.10	Analisis Deskriptif	32
3.11	Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.12	Uji Hipotesis	33
3.11.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.11.2	Uji Simultan (Uji-F)	34
3.11.3	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t)	35

BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Statistik Deskriptif.....	36
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	45
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R ²)	48
4.3.3 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-f)	49
4.3.4 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	50
4.4 Pembahasan	51
4.4.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.....	52
4.4.2 Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.....	52
4.4.3 Pengaruh Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.	53
BAB V.....	54
KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	19
Gambar 3. 1 Skala Likert	29



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji-F.....	49
Tabel 4. 12 hasil uji-t	50



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	61
LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
LAMPIRAN 3 SPSS Regresi.....	68
LAMPIRAN 4 Data Responden.....	69
LAMPIRAN 5 Data Excel Kuesioner.....	71
LAMPIRAN 6 Kartu Konsultasi.....	85
HALAMAN Persetujuan.....	86
LAMPIRAN 7 Lembar Revisi	87



**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA”**

Angelina Mei Putri

11190727

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: angelsembiring344@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *celebrity endorsement* terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu kualitas produk, persepsi harga dan *celebrity endorsement*. Sedangkan untuk variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang menggunakan produk Scarlett Whitening. Penentuan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode non probability sampling, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linear berganda, untuk melakukan uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t, dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian instrument penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil dan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0.656 (65,5%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 65,5% dan variabel independen sebesar 34,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. Melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan *celebrity endorsement* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Celebrity Endorsement* dan Kepuasan Konsumen.

**“THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
CELEBRITY ENDORSEMENT ON CUSTOMER SATISFACTION OF
SCARLETT WHITENING PRODUCT IN THE SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA”**

Angelina Mei Putri

11190727

Departement Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: angelsembiring344@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, and celebrity endorsement on customer satisfaction of Scarlett Whitening product in the Special Region of Yogyakarta. This research is a quantitative research. In this study, there are independent variables and dependent variables. The independent variables in this study are product quality, price perception, and celebrity endorsement. As for the dependent variables is customer satisfaction. The population in this study are customers who have used or currently using Scarlett Whitening products. Determination of the sample in this study using non-probability sampling method, with purposive sampling technique. While the sample in this study were 100 (one hundred) respondents. This study uses multiple linear regression data analysis method, to test the coefficient of determination (R^2), F test, and t test, by first testing the research instrument with validity and reliability tests. The result of the data analysis that has been done show that the coefficient of Determination (R^2) is 0.656 (65,6%). This indicates that dependent variables were affected by 65,6% and other 34,5% independent variables are influenced by other factors outside the regression model. Through multiple linear regression test, it can be concluded that product quality, price perception, and celebrity endorsement have a significant effect on customer satisfaction of Scarlett Whitening product in Yogyakarta.

Keywords: Product Quality, Proce Perception, Celebrity Endorsement and Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan untuk tampil cantik sudah menjadi kebutuhan primer bagi wanita. Dalam rangka peningkatan kepercayaan diri adalah salah satu hal yang sangat penting, salah satunya adalah memiliki penampilan yang cantik terutama pada bagian wajah untuk menarik perhatian orang. Untuk penampilan wajah yang menarik, Anda bisa menggunakan produk perawatan kulit. Karena banyak orang yang menyadari bahwa bagian tubuh yang paling menjaga rasa percaya diri adalah bagian wajah. Namun kini tidak hanya wanita, pria pun mulai menggunakan produk perawatan kulit, mulai dari pembersih wajah, hingga pembersih tubuh. Merawat wajah dan tubuh merupakan hal yang penting, terutama bagi konsumen yang kerap melakukan aktivitas di luar ruangan serta terkena sinar matahari langsung atau asap kendaraan.

Fenomena ini merupakan pasar potensial bagi industri perawatan kulit. Perkembangan industri kecantikan di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Industri perawatan kulit sedang mengalami pertumbuhan yang pesat saat ini. Ada banyak hal yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa tersebut, misalnya kualitas produk, harga, layanan, dan promosi.

Di Indonesia banyak sekali perusahaan yang memproduksi produk skincare, dan persaingan sangat ketat, salah satunya salah satunya adalah keunggulan produk yang diberikan, semua perusahaan dalam bidang skincare

saling mempromosikan produk dengan keunggulan-keunggulan dari skincare yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Meningkatnya skincare di industri perawatan kulit merupakan tantangan dan ancaman bagi para pelaku bisnis. Dengan melihat banyaknya perusahaan yang memproduksi produk perawatan kulit, perusahaan sewajibnya dapat mengerti sesuatu yang diperlukan serta didambakan konsumen. Sebab itu, para pelaku bisnis dapat memasarkan produknya dengan berbagai cara untuk meningkatkan penjualannya. Perusahaan telah melakukan beragam inovasi guna peningkatan penjualan serta lebih mengembangkan produk, tidak hanya menciptakan skincare untuk wanita saja melainkan dapat digunakan oleh pria dan anak-anak. Pemasaran sangat berpengaruh pada bisnis karena sebagai salah satu faktor penunjang keberhasilan suatu usaha. Pemasaran melibatkan upaya perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang harus dipenuhi, menetapkan harga yang tepat, penentuan cara promosi serta menjual produk. Perusahaan harus mampu menjaga kualitas produknya, menetapkan harga yang terjangkau, sering mengadakan promosi, serta dapat memperhatikan dan memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumennya..

Produk merupakan sesuatu yang sangat khusus dalam pemasaran karena merupakan hasil dan alat yang membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya. Sebab itu itu, agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan mencoba suatu produk, produk tersebut wajib mempunyai kelebihan dibandingkan pesaing lainnya baik dari segi kualitas produk, kemasan, desain, bentuk dan ukuran.

Kemajuan teknologi informasi tidak dapat dihindari dalam kehidupan saat ini. Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, sebagian besar masyarakat sudah memiliki smartphone dan mengenal media sosial. Hal ini

menunjukkan suatu kemajuan yang begitu pesat. Ada berbagai jenis jejaring sosial yang digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan produk contohnya Facebook, Telegram, Twitter, Line, WhatsApp, serta Instagram. Saat ini, Instagram menjadi sosial media yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya anak muda. Maka tidak jarang banyak brand yang menggunakan kesempatan ini untuk mempromosikan produknya. Dalam pemasaran produk ini kita dapat memasarkannya dalam bentuk gambar ataupun video. Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasarkan merek yang memiliki tujuan guna menarik ketertarikan masyarakat agar membeli produk dengan memperkenalkan merek serta memberikan citra yang baik untuk membangun reputasi produk tersebut. Produk merupakan sesuatu yang sangat khusus dalam pemasaran karena merupakan hasil dan alat yang membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya. Oleh karena itu, agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan mencoba suatu produk, produk tersebut harus memiliki keunggulan dibandingkan produk lainnya baik dari segi kualitas produk, kemasan, desain, bentuk dan ukuran.

Dalam memasarkan produk, tidak cukup hanya menggunakan media sosial sebagai media promosi. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mencari cara berbeda, sebagai contoh dengan cara penggunaan jasa seorang tokoh terkenal untuk menunjang periklanan dan dapat menarik perhatian konsumen dari bisnis ini dan sering disebut *celebrity endorser*. Dalam pemilihan seseorang untuk melakukan promosi produk juga merupakan hal yang perlu untuk diperhatikan, karena hal itu mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang dijual.

Scarlett Whitening adalah merek lokal yang menawarkan berbagai macam produk perawatan kulit, tubuh, dan rambut. Produk ini cukup dikenal di masyarakat. Produk perawatan wajah dan kulit Scarlett Whitening juga telah bersertifikasi BPOM, artinya semua produk telah teruji secara klinis untuk memastikan tidak berbahaya bagi kulit penggunanya. Scarlett Whitening menawarkan harga yang terjangkau bagi semua kalangan. Ini adalah merupakan contoh dari sedikit hal yang menarik konsumen. Ada banyak rangkaian barang yang bisa ditawarkan oleh Scarlett Whitening seperti *skin care*, *body care* dan *hair care*.

Kualitas produk adalah faktor yang sangat penting dalam menarik pelanggan guna membeli produk. Dalam Kotler dan Keller (2016:37), dipaparkan kualitas suatu produk merupakan kesanggupan produk dalam melaksanakan fungsi, kemampuan ini mencakup daya tahan, keahlian, dan kesesuaian produk keseluruhan. Perusahaan berusaha untuk menyediakan produk berkualitas yang memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini, Scarlett Whitening menawarkan produk yang berdasarkan kualitas, dengan harapan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan berbagai hasil penelitian yang ada, kualitas produk bisa mencerminkan kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Tidak hanya dalam kualitas, tetapi juga dalam biaya. Kotler dan Armstrong (2008), memaparkan persepsi harga yaitu nilai yang terkait dengan manfaat suatu produk atau jasa yang terkandung dalam harga. Proses penetapan harga menurut Irawan (2010) adalah memilih target dalam rangka menetapkan harga, penentuan harga, melakukan perkiraan harga, penganalisisan biaya, penawaran kompetitor,

serta memilih harga akhir. Scarlett Whitening adalah merek perawatan kulit yang berasal dari Indonesia yang didirikan oleh Felicya Angelista. Saat ini produk Scarlett Whitening sangat populer dan digemari oleh wanita maupun pria karena harganya yang terjangkau.

Produk ini awalnya dipasarkan secara kecil-kecilan hingga akhirnya sudah banyak orang yang mengetahui dan memakai produk tersebut. Dalam memasarkan produk Felicya Angelista menggunakan jasa Rachel Vennya yaitu seorang wanita cantik yang terkenal sebagai Celebrity Endorsementnya. Melihat hal tersebut maka dapat disimpulkan dengan menggunakan jasa *celebrity endorsement* ini cukup berpengaruh dalam memasarkan suatu produk dan peningkatan citra produk yang dapat meningkatkan omset perusahaan.

Setelah mencapai kualitas produk yang baik dengan menetapkan harga dan menggunakan jasa seorang tokoh terkenal dalam memasarkan produk, kepuasan pelanggan akan tercapai. Kepuasan pelanggan adalah salah satu hal terpenting dalam bisnis. Kotler dan Keller (2018), memaparkan bahwa kepuasan konsumen sebagai perasaan bahagia dan kecewa yang dialami seseorang ketika melakukan perbandingan hasil yang diinginkan dengan kinerja yang sebenarnya.

Dari pengolahan data pangsa pasar platform melalui compas.co.id terdapat top 10 *brand skincare* lokal yang dikategorikan dalam produk kecantikan. Terdapat 2 *brand* yang memiliki pangsa pasar yang tinggi yaitu ms glow dan scarlett whitening. Ms glow berada pada urutan pertama dan scarlett whitening berada pada urutan kedua. Selain ms glow, produk kecantikan bermerek scarlett whitening telah menjadi *top brand* lokal terlaris bahkan penjualannya menembus

total penjualan kategori miliar setiap bulannya. Pada akhir Maret 2022, ms glow memimpin pasar dengan pangsa pasar 8,2% pada akhir kuartal pertama tahun 2022, diikuti oleh scarlett whitening dan somethinc, dengan mantap menempati posisi kedua dan ketiga sejak Desember 2021.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dijabarkan, perumusan masalah penelitian ini yaitu:

- a. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta?
- b. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh secara positif dan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta?
- c. Apakah *celebrity endorsement* memiliki pengaruh secara positif dan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan perumusan masalah yang sudah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.

- b. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen terhadap produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.
- c. Mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi penulis

Penelitian ini penulis harapkan bisa meningkatkan pengetahuan, informasi dan memperkaya ilmu ekonomi penulis, serta mempunyai kesempatan dalam mengimplementasikan ilmu yang dipelajari selama kuliah, khususnya di bidang pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

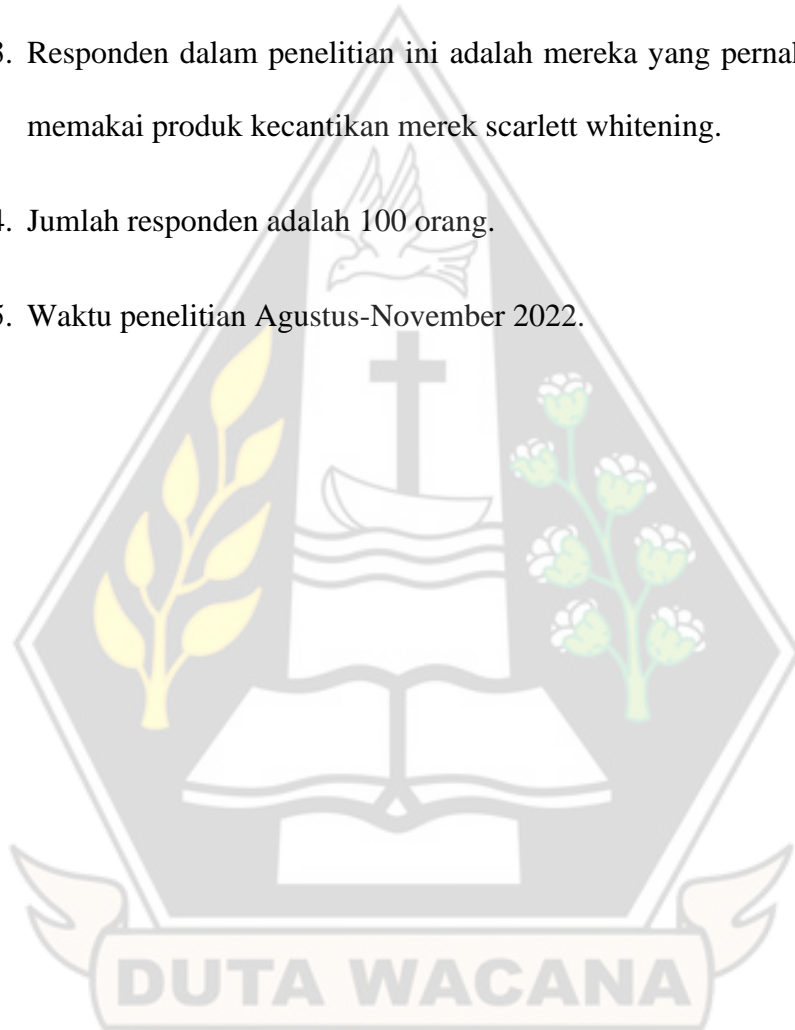
Penelitian yang dilakukan diharapkan agar perusahaan bisa mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *celebrity endorsement* terhadap kepuasan konsumen pada produk kecantikan merek Scarlett Whitening di Yogyakarta.

c. Bagi Pihak Lain

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah bisa menjadi acuan serta pertimbangan ketika ingin membeli produk scarlett whitening, atau sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan batasan penelitian dengan tujuan untuk memudahkan penelitian.

1. Fokus pada variabel penelitiannya yaitu variabel yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *celebrity endorsement* terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta pada produk Scarlett Whitening.
2. Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.
3. Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah atau sedang memakai produk kecantikan merek scarlett whitening.
4. Jumlah responden adalah 100 orang.
5. Waktu penelitian Agustus-November 2022.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan penelitian kemudian informasi yang diperoleh analisis data dan pembahasan yang dijabarkan penulis terkait pengaruh kualitas produk, persepsi harga, serta *celebrity endorsement* terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta, melalui survei terhadap 100 responden yang menggunakan produk kecantikan merek Scarlett Whitening dengan membagikan kuesioner, penulis mengambil kesimpulan :

1. Lebih banyak responden yang membeli dan menggunakan produk kecantikan Scarlett Whitening memiliki jenis kelamin perempuan, sebanyak 78 orang, berdasarkan kategori usia yaitu usia 20 – 25 tahun sebanyak 62 orang, berdasarkan kategori pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 81 orang, berdasarkan pendidikan terakhir yaitu SMA sederajat sebanyak 66 orang, berdasarkan kategori pendapatan yaitu memiliki pendapatan sejumlah > 1.000.000 – 2.000.000 terdiri dari 74 orang serta berdasarkan kategori lama penggunaan produk, yaitu dalam jangka waktu > 1 bulan – 2 bulan sebanyak 50 orang.
2. Variabel kualitas produk (x_1) mempunyai pengaruh secara positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen (y), maka hipotesis yang pertama (H_1): Kualitas produk mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.

3. Variabel persepsi harga (x2) mempunyai pengaruh secara positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen (y), maka hipotesis kedua (H2): Persepsi harga mempunyai pengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.
4. Variabel *celebrity endorsement* (x3) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan kepada kepuasan konsumen (y), maka hipotesis ketiga (H3): *Celebrity endorsement* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Scarlett Whitening di Yogyakarta.

5.1 Keterbatasan Penelitian

1. Terdapat kekurangan serta keterbatasan yang penulis temui dalam penelitian ini. Kuesioner bersifat tertutup, sehingga responden tidak memiliki keleluasaan untuk mengisi kuesioner sehingga mengakibatkan jawaban tidak lengkap dan tidak akurat.
2. Variabel penelitian yang diteliti terbatas pada kualitas produk, persepsi harga dan *celebrity endorsement*, sementara masih ada variabel lain yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain promosi, kualitas layanan, dan lain-lain.
3. Penulis tidak bisa mengontrol secara langsung jawaban responden, sehingga kemungkinan masih ada responden yang tidak membaca pertanyaan dalam kuesioner dengan baik.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Menurut penilaian responden dalam penelitian ini diharapkan produk Scarlett Whitening dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya. Sehingga kualitas produk tetap aman untuk digunakan dan pengembangan kualitas produk terus dilakukan baik dari segi variasi maupun manfaatnya agar memberi kepuasan untuk pelanggan. Mengingat kualitas produk mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah terlaksanakan oleh penulis, persepsi harga yang diberikan perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Scarlett Whitening di Yogyakarta. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mempertahankan harga produk yang diberikan karena terjangkau dan sesuai dengan manfaat produk maka konsumen dapat merasakan kepuasan terhadap produk yang Scarlett miliki.
- c. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan, *celebrity endorsement* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan ada baiknya melakukan peningkatan terhadap strategi penggunaan *celebrity endorser* dalam memasarkan produknya. Perusahaan harus bisa mempertimbangkan segala potensi yang ditawarkan oleh setiap *celebrity*, secara dari segi popularitas, kemampuan, pengetahuan maupun daya tariknya. Hal ini perlu dilakukan

karena dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk kecantikan Scarlett Whitening.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan bisa menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai referensi maupun sebagai acuan penelitiannya. Sehingga dapat memperdalam analisis menggunakan variabel berbeda seperti promosi, loyalitas pelanggan dan lain-lain. Hasil penelitian ini dapat membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya.
- b. Untuk memberi kemudahan responden untuk mengerti kuesioner yang dibagikan, sebaiknya penulis berikutnya memakai padanan kata yang sederhana untuk dimengerti. Sehingga pengertian atau makna dari pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mudah dimengerti karena hal tersebut mempengaruhi hasil pengisian kuesioner. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan bisa menerapkan metode yang tidak diterapkan pada penelitian ini, seperti melakukan wawancara tatap muka dengan responden untuk mendapatkan informasi yang lebih detail.
- c. Diharapkan peneliti di masa mendatang bisa memperbaiki kekurangan dari penelitian ini dengan tujuan menambah dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, C. (2019). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Quality Terhadap Buying Decision Serta Dampaknya Pada Satisfaction (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)*. Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME).
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty
- Fardiani, Aprilia Nia. (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*. Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Fitriyana, Fina, Mustafid & Suparti. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*. Jurnal Gaussian vol.2 no.2 April 2013.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indra, I. G. N. B. H., Setiadi, M., & Ekawati, N. W. (2019). *Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Denpasar*.

- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Kevin, R. T. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Kedelai Misoya Di Pt. Sari Sarana Kimiatama Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis.
- Kiswalini, A., dan K. Nurcahya. (2014). *Pengaruh Celebrity endorser, Brand image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip (2009), *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Marlina, C. R., Rudy, S. W., & Debry Ch. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.

Novianti, T. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Puspitasari, A. N., & Ferdinand, A. T. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (Studi pada Pengguna Nokia di Semarang)*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vandy, Siti Rosyafah dan Indah Noviandari. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Supravisual Mandiri Surabaya*. Benchmark.

Yusuf, Y., Tiauw, A. A., Amin, M., & Mustamin, H. (2021). *Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endorsement, Kualitas Produk dan Citra Merek*. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*

