

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN
INDONESIA DI YOGYAKARTA**

(Studi Pada Pembelian Produk Perawatan *Body Care* Konsumen Guardian Di Yogyakarta)



DISUSUN OLEH:

HELEN BR SITEPU

11190698

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2022/2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN
INDONESIA DI YOGYAKARTA**

(Studi Pada Pembelian Produk Perawatan *Body Care* Konsumen Guardian Di Yogyakarta)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

HELEN BR SITEPU

11190698

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2022/2023

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat – Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

HELEN BR SITEPU

11190698

PROGRAM STUDI MAJAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

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 : Helen Br Sitepu
NIM : 11190698
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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


“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN INDONESIA DI YOGYAKARTA (Studi Pada Pembelian Produk Perawatan *Body Care* Konsumen Guardian Di 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 : 30 Juni 2023

Yang menyatakan


(Helen Br Sitepu)
NIM.11190698

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN INDONESIA DI YOGYAKARTA
(STUDI PADA PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN *BODY CARE* KONSUMEN GUARDIAN DI YOGYAKARTA)**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

HELEN BR SITEPU

11190698

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 Juni 2023

Nama Dosen	Tanda Tangan
4. Dra. Purwani Retno Andalas, MM (Ketua Tim Penguji/Dosen Pembimbing)	
5. Dr. Singgih Santoso, MM (Dosen Penguji)	
6. Drs. Purnawan Herdiyanto, M.Ec., Dev (Dosen Penguji)	

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

Ketua Program Studi

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN INDONESIA DI YOGYAKARTA (Studi Pada Pembelian Produk Perawatan *Body Care* Konsumen Guardian Di Yogyakarta)”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai 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.

DUTA WACANA

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Helen Br Sitepu

NIM. 11190698

HALAMAN MOTTO

Amsal 2 : 6 (TB)

“Karena Tuhanlah yang memberikan hikmat, dari mulut-Nya datang pengetahuan dan kepandaian.”

Matius 6 : 33 (TB)

“Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu.”

Filipi 4 : 13 (TB)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”

Mazmur 23 : 1 (TB)

“Tuhan adalah gembalaku, takkan kekurangan aku.”

“Berakit-rakit ke hulu, berenang-renang ketepian”

“It always seems imposible until it’s done” - Nelson Mande

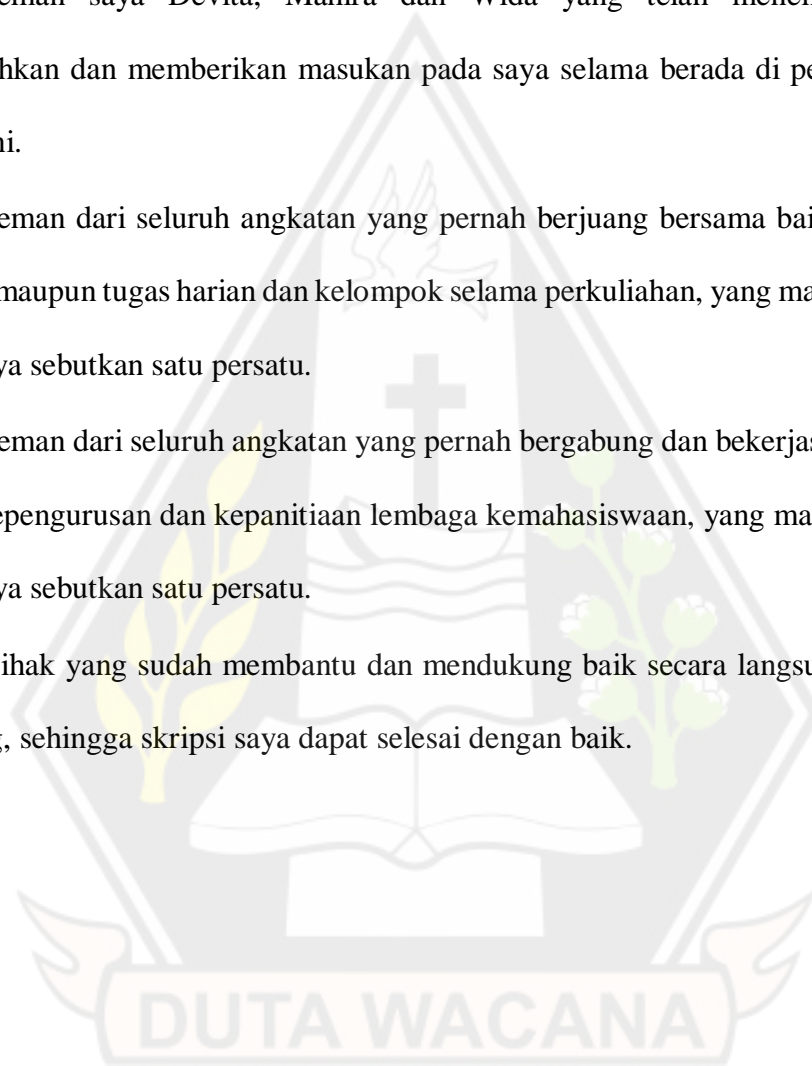
“Never give up on what you really want to do. The person with big dream is more powerful then the one with all facts” – Albert Einstein

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu mengasihi, menuntun serta menyertai setiap perjalanan kehidupan saya.
- Kedua orang tua tercinta saya mama dan papa yang telah mengasihi, merawat, membesarkan, memenuhi dan mencukupi segala kebutuhan saya.
- Kedua adik saya yang terkasih yang telah memberikan dukungan kepada saya selama saya berada di perkuliahan.
- Seluruh anggota keluarga saya yang selalu mendukung saya secara langsung maupun tidak langsung dalam perkuliahan saya.
- Dosen pembimbing saya ibu Dra. Purwani Retno A, Dra, MM yang telah memberikan pengarahan, wawasan, sudut pandang dan pengetahuan supaya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
- Dosen wali saya ibu Dra. Umi Murtini, M.Si yang sudah mengarahkan saya untuk mengetahui sistem pembelajaran dan administrasi yang berkaitan dengan SKS di Universitas Kristen Duta Wacana.
- Seluruh pihak Dosen Fakultas Bisnis yang pernah menjadi pengajar dan pendidik selama saya berada di bangku perkuliahan.
- Teman seperjuangan terkasih saya Ratna yang sudah menemani, memberikan motivasi, dukungan, saran dan teman cerita dalam berbagi suka juga duka selama mengenyam bangku perkuliahan yang ini.

- Teman terkasih saya Ledis dan Cheria yang selalu mendukung, memberi semangat kepada saya mengenai segala hal dan menjadi teman curhat saya sampai saat ini.
- Kakak tingkat saya Thesalonika dan Tomi yang telah memberi masukan, pengarahan dan memberikan dukungan kepada saya mengenai perkuliahan hingga skripsi.
- Teman-teman saya Devita, Mahira dan Wida yang telah menemani, membantu, mengarahkan dan memberikan masukan pada saya selama berada di perkuliahan hingga skripsi ini.
- Teman-teman dari seluruh angkatan yang pernah berjuang bersama baik dalam kegiatan kampus maupun tugas harian dan kelompok selama perkuliahan, yang mana namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
- Teman-teman dari seluruh angkatan yang pernah bergabung dan bekerjasama dengan saya dalam kepengurusan dan kepanitiaan lembaga kemahasiswaan, yang mana namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
- Semua pihak yang sudah membantu dan mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi saya dapat selesai dengan baik.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis 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 mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dra. Purwani Retno Andalas, Dra, MM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Pihak Perusahaan Guardian dan seluruh respondendalam penelitian ini yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 3) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan doa, penyemangat, material dan moral;
- 4) Sahabat dan teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai penulis saya tetap menyadari bahwa karya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu dalam hal ini penulis sangat mengharapkan adanya kritikan dan saran yang dapat membantu melengkapi setiap kekurangan dari skripsi ini. Penulis berharap semoga dengan karya skripsi yang telah dibuat ini, dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu serta membantu banyak pihak dalam melakukan penelitian selanjutnya maupun sebagai sumber referensi bagi peneliti lain. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Yogyakarta, 29 Mei 2023

Penulis



Helen Br Sitepu

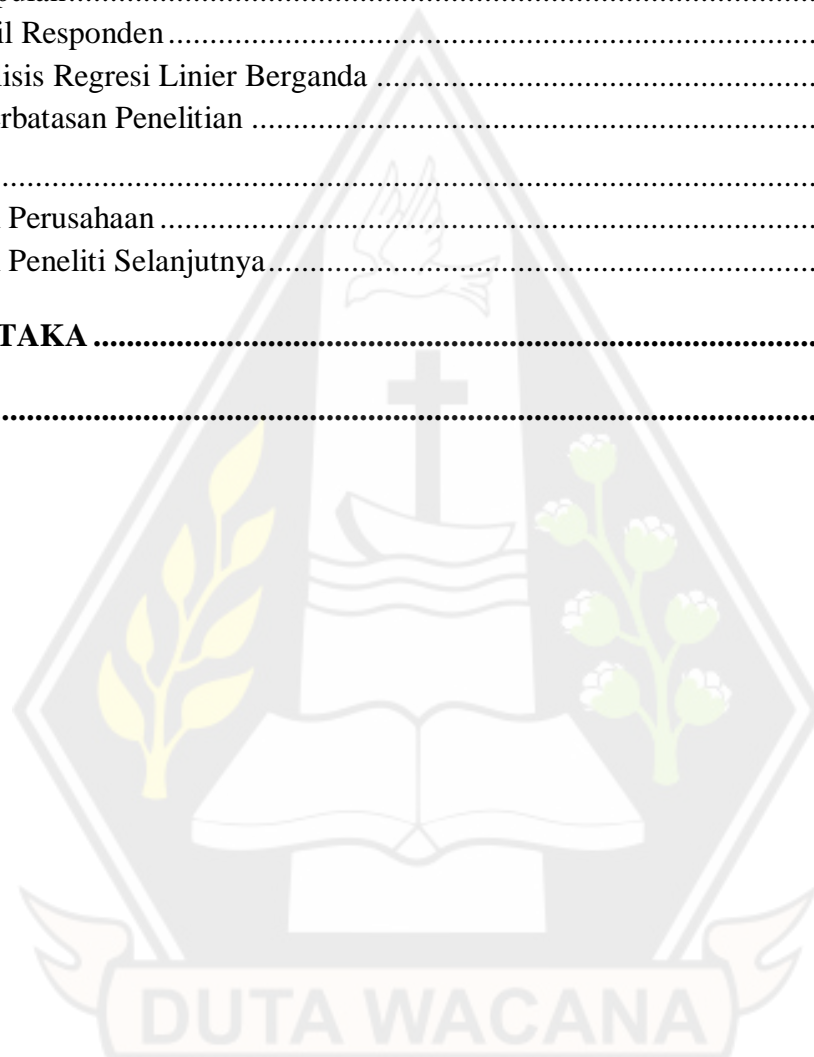
NIM. 11190698

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Menurut Para Ahli	10
2.1.1 Persepsi Harga	10
2.1.2 Kualitas Produk	13

2.1.3	Kualitas Pelayanan	16
2.1.4	Keputusan Pembelian	19
2.2	Peneliti Terdahulu	24
2.3	Karangka Penelitian	29
2.4	Hipotesis penelitian.....	29
2.4.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.4	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		32
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.2.1	Variabel Penelitian	33
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik sampling	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel	36
3.3.3	Teknik Sampling	36
3.4	Jenis dan teknik pengumpulan Data	37
3.4.1	Jenis Data.....	37
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	39
3.5.2	Analisis deskriptif.....	40
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.5.4	Uji Hipotesis	42
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Hasil Analisis Deskriptif	46
4.1.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.2	Data dan Pembahasan	50
4.2	Hasil Uji validitas dan Reliabilitas	51
4.2.1	Uji Validitas	51
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.3	Analisis regresi Linier berganda.....	54

4.4	Uji Hipotesis Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t.....	56
4.4.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.4.2	Uji F.....	57
4.4.3	Uji t.....	58
4.4.4	Pembahasan Analisis Hipotesis.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.1.1	Profil Responden.....	64
5.1.2	Analisis Regresi Linier Berganda	64
5.1.3	Keterbatasan Penelitian	65
5.2	Saran.....	65
5.2.1	Bagi Perusahaan	65
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks	3
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu	25
Tabel 3.2.2 Operasional Variabel	33
Tabel 3.4 Skala Likert	39
Tabel 4.1.1.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin	47
Tabel 4.1.1.2 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	47
Tabel 4.1.1.3 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian produk di Guardian selama 6 bulan terakhir	48
Tabel 4.1.1.4 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi melakukan pembelian produk <i>body care</i> di Guardian selama 6 bulan terakhir	49
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.2.2 Hasil Uji reliabilitas	53
Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.4.1 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary ^b	56
Tabel 4.4.2 Nilai Uji F ANOVA.....	57
Tabel 4.4.3 Hasil Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1
Gambar 2.3 Karangka Penelitian	29



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner.....	72
a. Data responden	73
b. Petunjuk Pengisian.....	73
LAMPIRAN 1	74
LAMPIRAN 2 Kuesioner Data Excel Responden.....	77
LAMPIRAN 3 Kuesioner Data Excel Variabel Persepsi Harga	80
LAMPIRAN 4 Kuesioner Data Excel Variabel Kualitas Produk.....	83
LAMPIRAN 5 Kuesioner Data Excel Variabel Kualitas Pelayanan	86
LAMPIRAN 6 Kuesioner Data Excel Keputusan Pembelian	89
LAMPIRAN 7 Hasil Perhitungan Responden.....	92
LAMPIRAN 8 Uji Validitas dan Reliabilitas	93
LAMPIRAN 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	97
LAMPIRAN 10 Tabel r.....	100
LAMPIRAN 11 Tabel t.....	101
LAMPIRAN 14 Tabel F.....	102
LAMPIRAN 13 Halaman Persetujuan	103
LAMPIRAN 14 Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	104
LAMPIRAN 15 Formulir Revisi Judul Skripsi	105
LAMPIRAN 16 Kartu Konsultasi Skripsi.....	106

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GUARDIAN
INDONESIA DI YOGYAKARTA (Studi Pada Pembelian Produk Perawatan *Body Care*
Konsumen Guardian Di Yogyakarta)”**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen di Guardian Indonesia Yogyakarta.

Penelitian ini bersumber dari dua data yaitu data primer yang didapatkan secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta dan data skunder yang didapatkan dari penelitian terdahulu, berupa artikel dalam jurnal, buku teks, serta website pendukung yang berkaitan dengan penelitian ini.

Sampel penelitian ini sebanyak 110 responden konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta yang didapatkan melalui metode pengambilan sampel *non-probabilty sampling* dengan teknik *purposive random sampling*.

Analisis data dilakukan dengan teknik Regresi Linier Berganda untuk uji hipotesis yaitu uji F, Uji t dan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2). Olah data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

Hasil uji menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang searah terhadap Keputusan Pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta. Selanjutnya hasil uji hipotesis menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,611 atau 61% serta kesimpulan bahwa secara parsial Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta. Secara simultan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

**“THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND SERVICE
QUALITY ON GUARDIAN INDONESIAN CUSTOMER’S PURCHASE DECISIONS IN
YOGYAKARTA (Study On Body Care Products)”**

ABSTRACT

The study aims to determine the effect partially and simultaneously of the variable Price Perception, Product Quality and Service Quality on the Purchase Decisions variable at Guardian Indonesia Yogyakarta.

This research is sourced from two data namely primary data obtained directly from the result of distributing questionnaires to respondents namely Indonesian Guardian consumers in Yogyakarta and secondary data obtained from previous research, in the form of articles in journals, textbooks, and supporting websites related to this research.

Population of this study were 110 respondents of Guardian Indonesian consumers in Yogyakarta who were obtained through non-probability sampling method with using purposive random sampling technique.

Data analysis was carried out using Multiple Linear Regression techniques to test the hypothesis namely the F test, t test and calculation of the Coefficient of Determination (R^2). Processing data in this study was carried out using the SPSS Version 25.

The test results using multiple linear regression analysis show that Perceived Price, Product Quality and Service Quality have a unidirectional relationship to Purchase Decisions of Guardian Indonesia consumers in Yogyakarta. Furthermore, the results of the hypothesis test show an R^2 value of 0.611 or 61% and the conclusion that partially Perceived Price, Product Quality and Service Quality have a significant effect on Guardian Indonesian Consumer Purchase Decisions in Yogyakarta. Simultaneously the Perceived Price, Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on Guardian Indonesian Consumer Purchase Decisions in Yogyakarta.

Keywords: *Perceived Price, Product Quality, Service Quality and Purchase Decisions.*

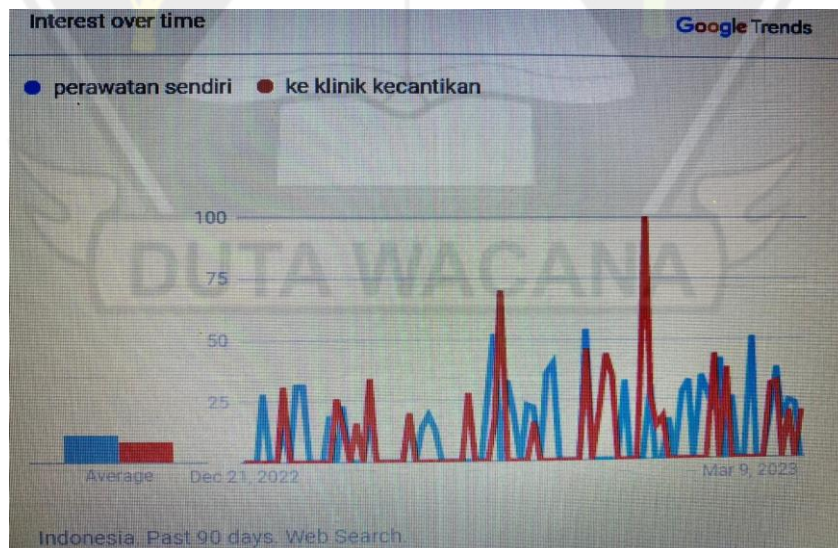
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern serta perkembangan zaman terkini baik pria maupun wanita menginginkan tampilan yang menawan dan rupawan. Dengan begitu baik kaum hawa maupun kaum adam memerlukan perawatan tubuh terutama pada wajah. Untuk itu diperlukan perawatan berupa kosmetik atau *body care* dan pergi ke dokter kecantikan untuk mempercantik diri. Data dari Google Trends pada tanggal 09 Maret 2023 menunjukkan perbandingan antara perawatan sendiri dengan pergi ke klinik kecantikan. Hasilnya adalah orang lebih banyak melakukan perawatan sendiri dari pada pergi ke klinik kecantikan, perbandingannya 14:6 (trends.google.com, 2022, 21 Desember 2022 sampai 9 Maret 2023).

Gambar 1.1



Sumber: *Google Trends*, 2023

Tidak dipungkiri bahwa biaya perawatan ke klinik kecantikan pasti sangatlah memerlukan biaya yang banyak dan juga tidak mungkin hanya dilakukan satu kali perawatan saja karena pasti dilakukan berkali-kali untuk mencapai hasil yang sesuai dan memuaskan. Faktor ekonomi juga sangat mempengaruhi bagaimana cara seseorang melakukan pemenuhan kebutuhan perawatan pada tubuh sehingga perlu menggunakan uang secara efisien untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Perawatan pribadi bagi seseorang juga memperhatikan produk yang digunakan, agar sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini tidak terlepas dari kualitasnya, agar aman untuk digunakan.

Di Indonesia produk kosmetik yang kita gunakan haruslah memenuhi *standart* Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Saat ini banyak produk kosmetik dan kecantikan yang tidak memenuhi syarat BPOM tersebut. Ada beragam pilihan merek produk kosmetik baik domestik maupun internasional yang tersedia di pasar Indonesia saat ini. Agar dapat dijual, dibeli dan digunakan secara legal di Indonesia, produk yang diproduksi baik di dalam maupun diluar negeri harus sesuai dengan standar yang berlaku. Ada keuntungan dan kerugian dalam menggunakan setiap jenis produk perawatan tubuh. Setiap orang memiliki masalah kondisi kulit serta tubuh yang berbeda, sehingga berbagai pilihan kosmetik serta perawatan tubuh dapat menjadi pilihan. Sebelum membeli produk untuk tubuh yang diinginkan sebaiknya melihat dan mencari hasil atau ulasan dari orang-orang yang sudah memakainya serta kandungan pada produk tersebut agar sudah teruji serta tidak memakai produk yang salah.

Selain kosmetik kebanyakan para pembeli juga mengedepankan tempat dimana mereka membeli produk kecantikan mereka. Saat ini tersedia toko konvensional juga toko non-fisik karena menyesuaikan keadaan perkembangan zaman juga kemajuan teknologi

yang ada saat ini. Itu semua tergantung kepada pribadi konsumen yang lebih nyaman untuk berbelanja sesuai keinginannya. Oleh karena itu para konsumen yang membeli produk-produk untuk perawatan tubuh sebaiknya memperhatikan tempat dimana dalam membeli produk-produk tersebut agar produk-produk yang dijual bukan produk palsu dan abal-abal.

Berdasarkan Top Brand Index Fase 2 dari tahun 2018-2022 dalam kategori Apotek/Drugstore Guardian menempati posisi *Top three* (tiga teratas) kategori *online* dan *offline* setelah Kimia Farma dan juga K 24 diungkapkan dalam (topbrand-award.com., 2022) Ini berarti Guardian adalah salah satu toko penjualan dalam bidang apotek tiga terbaik sejak tahun 2018-2022.

Tabel 1.1
Top Brand Indeks

<i>BRAND</i>	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	
Kimia Farma	42.7%	43.4%	44.0%	42.9%	39.6%	TOP
K 24	25.4%	25.8%	24.7%	23.9%	28.3%	TOP
<u>Guardian</u>	<u>8.9%</u>	<u>11.4%</u>	<u>15.4%</u>	<u>19.0%</u>	<u>15.5%</u>	<u>TOP</u>
Century	5.2%	6.8%	11.7%	10.4%	11.6%	

**Kategori online dan offline*

(Sumber: Top Brand Indeks)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa Guardian merupakan brand yang sudah diakui eksistensinya, sehingga tidak heran jika Guardian telah banyak dikenal oleh masyarakat yang berada di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar

masyarakat Indonesia mengetahui Guardian. Guardian merupakan retail penyedia produk-produk perawatan tubuh yang sudah hadir dari tahun 1990 di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Guardian merupakan satu dari sekian banyak bagian bisnis yang ada pada Hero Group serta dinaungi oleh Dairy Farm di Asia. Saat ini Guardian tersebar diseluruh wilayah Indonesia dan *outlet* yang sudah dimiliki mencapai lebih dari 300 gerai, serta *retailer no.1 Health and Beauty retailer* di Indonesia diungkapkan dalam laman (guardianindonesia.co.id, 2022).

Dengan perkembangan zaman dan persaingan ketat saat ini membuat Guardian meningkatkan *customer service excellent* dan peningkatan penjualan diseluruh gerai. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi serta kesadaran akan pentingnya merawat diri memicu Guardian *store* Indonesia memiliki banyak cabang, karena tersebar di berbagai Mall besar Indonesia sehingga lebih dekat dijangkau oleh masyarakat diungkapkan dalam laman (guardianindonesia.co.id, 2022).

Guardian hadir ditengah-tengah masyarakat dengan segala pertimbangannya, menghadirkan variasi produk yang cukup lengkap, Guardian bahkan menyediakan berbagai merek produk kesehatan, *body care* dan kosmetik dari seluruh dunia hampir dapat ditemukan di gerai Guardian. Seperti dari Amerika terdapat merek *Love Beauty Planet*, *Revelon* dan *Maybelline*. Dari Korea seperti merek *COSRX*, *Kundal*, *The Potions* dan *Medihel*. Dari Prancis ada merek *Garnier*, *Loreal* dan *Betadine*. Bahkan produk kecantikan serta *body care* lain yang masih sangat jarang ditemui di Indonesia terdapat di Guardian seperti *NOTE* dari Turki, *Good Virtue* dan *Safi* dari Malaysia. Namun tidak hanya merek dari luar negeri saja yang ada di Guardian, produk-produk lokal juga ada di Guardian

seperti Emina, Caplang, Salonpas, Wardah, Rudy Hadisuwarno, Purbasari dan Mineral Botanica diungkapkan dalam laman guardianindonesia.co.id (2022).

Disamping itu, Guardian juga memiliki produk Guardian sendiri mulai dari produk-produk perawatan wajah, kulit, rambut, serta produk perawatan tubuh lainnya. Guardian juga memproduksi produk sendiri dan unggul, yang paling laku dari *private label* Guardian adalah Gardian *Moistcare Shower* atau sabun mandi bertekstur cair untuk membersihkan, menghidrasi dan melembutkan kulit tubuh, kemasan produk ini berukuran satu liter serta harga yang sangat terjangkau dan kualitasnya cukup baik sehingga diminati oleh konsumen diungkapkan dalam laman iprice.co.id (2022).

Harga merupakan salah satu faktor penentu dari keputusan pembelian konsumen. Hal ini didukung dengan pernyataan harga merupakan keseluruhan biaya atau dapat juga ditambahkan dengan beragam produk lainnya yang sesuai dengan kebutuhan dalam memperoleh produk serta pelayanan yang didapatkan, (Swasta dan Irawan (2014) dalam jurnalnya Wulandari dan Saragih (2022). Kebanyakan konsumen akan melakukan banding harga dari beberapa produk yang terdapat di toko berbeda sebelum akhirnya membuat putusan beli barang terhadap keinginannya. Hal ini didukung oleh Simamora (2013), perlunya perbandingan yang dilakukan terlebih dahulu oleh konsumen mengenai harga terhadap produk serupa yang dijual atau diproduksi oleh perusahaan. Akibatnya, kemampuan konsumen untuk berbelanja dipengaruhi oleh persepsi harga melalui produk atau pelayanan yang diberikan dalam hal pandangan yang dimiliki oleh konsumen tersebut.

Satu seleksi perbandingan oleh pembeli dalam mantapnya penetapan keputusan beli terhadap produk atau tidak juga dapat disebabkan melalui kualitas produk. Puasnya pembeli dapat dirasakan melalui kualitas sebuah produk baik. Hal ini didukung dengan

pernyataan kualitas dari suatu produk adalah tingkat kesanggupan produk dalam pelaksanaan tujuan seperti, ketahanan keandalan, ketetapan dan mudah dalam pengoperasiannya juga perbaikan dan atribut lain yang memiliki nilai dari produk tersebut, (Daga, 2017, dalam Wulandari dan saragih, 2022).

Saat menghadapi konsumen diperlukannya sikap pelayanan yang baik serta dapat memuaskan konsumen agar konsumen tetap merasa nyaman, puas serta dihargai pada saat berbelanja, oleh karena itu kualitas playanan merupakan hal penting dalam penetapan putusan beli oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat mengenai tingkat kelebihan serta implementasi terhadap pengoperasian kenggulan yang diharapkan pelanggan merupakan kualitas pelayanan dalam pemenuhan hasrat konsumen, Tjiptono (2008). Kualitas pelayanan bertujuan untuk mempermudah konsumen, dalam jurnal penelitian Hidayat, Mitariani dan Imbayani (2020). Karena itu petingnya dilakukan tingkatan yang lebih atas kualitas pelayanan dari perusahaan dalam melayani konsumen karena termasuk dalam faktor penentu keputusan pembelian oleh konsmen.

Konsumen akan menetapkan putusan beli pada satu barang apabila merasa bahwa dalam membeli barang atau produk yang ditawarkan sudah melewati tahapan diinginkan serta sesuai kebutuhkannya baik itu berdasarkan persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan seperti keinginan mereka. Hal ini didukung oleh pernyataan Tjiptono (2013) prosos pengidentifikasian masalah dan mencari informasi dari produk juga *brand* khusus serta memberi ulasan pendapat mengenai baiknya tindakan pemilihan tersebut serta memberikan jawaban terkait kebutuhan konsumen yang mengarah kepada penetapan putusan beli tersebut. Oleh itu Penetapan putusan beli yang dilakukan oleh konsumen tergantung kepada konsumen tersebut dan sebaiknya perusahaan menyiapkan kebutuhan

sesuai kebutuhan pembeli agar para pembeli dapat memantapkan keputusan beli terhadap produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian tentang “persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta” penting dilaksanakan. Itu semua untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh-pengaruh tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dari pokok penelitian:

1. Apakah ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta?
2. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta?
4. Apakah ada pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi peneliti, penelitian ini akan meluaskan wawasan dan pengetahuan tentang Guardian Indonesia dipandangan konsumenn mereka, serta bisa menjadi referensi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian mengenai persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi serta petunjuk untuk menolong perusahaan dalam mentukan sikap terhadap keadaan yang ada juga memberikan pengendalian untuk perusahaan supaya mampu menetapkan prihal persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan supaya tetap mempertahankan minat belian dari konsumen. Serta dapat berfungsi sebagai panduan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi terbaik untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Bagi masyarakat, diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi masyarakat yang menjadi objek perusahaan serta calon yang akan bekerjasama dengan perusahaan Guardian Indonesia, diharapkan masyarakat dapat memperoleh lebih baik mengenai pemahaman kondisi perusahaan sebagai hasil dari penelitian ini.

1.5 Batasan Penelitian

a. Tempat penelitian

Penelitian ini berada di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini dimulai sejak November 2022 sampai Maret 2023.

c. Profil Responden

Penelitian ini menggunakan profil responden yang akan disegmentasi beberapa kategori yang telah digolongkan secara lebih rinci yaitu:

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 17 tahun keatas
- Domisili responden : Yogyakarta
- Status pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Karyawan
Wiraswasta/Wirausaha
Ibu Rumah Tangga.

d. Variabel penelitian

Variabel dalam penelitian ini ditujukan kepada Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian juga kajian pada 110 responden dalam penelitian ini mengenai persepsi harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Guardian Indonesia di Yogyakarta, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan jika variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta. Secara simultan seluruh variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling besar pengaruhnya dalam keputusan pembelian konsumen Guardian di Yogyakarta.

5.1.1 Profil Responden

Hasil data dan kajian terhadap 110 responden penelitian ini yang berada di Yogyakarta, oleh karena itu didapati jika responden yang merupakan konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta didominasi oleh perempuan. Keseluruhan responden tersebut juga ber usia >17 tahun keatas, didominasi status pekerjaan yang dimiliki berupa pelajar/mahasiswa, juga pernah melakukan pembelian selama 6 bulan terakhir dengan didominasi oleh frekuensi responden yang melakukan pembelian produk *body care* di Guardian Indonesia di Yogyakarta selama 6 bulan terakhir yaitu lebih dari 1 kali.

5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil daripada regresi linier berganda juga hasil uji hipotesis diantaranya Uji F, Uji t, serta Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini, dinyatakan jika adanya

pengaruh signifikan dari variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta.

Pengaruh yang signifikan dilihat dari hasil Uji t yang yaitu nilai signifikansi (Sig) variabel persepsi harga $0.000 < 0.10$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pengaruh signifikansi (Sig) variabel kualitas produk $0.055 < 0.10$, artinya H_0 di tolak dan H_2 diterima. Hasil signifikansi (Sig) variabel kualitas pelayanan $0.000 < 0.10$, artinya H_0 di tolak dan H_3 diterima. Didapatkan kesimpulan bahwa secara parsial variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Guardian Indonesia di Yogyakarta.

5.1.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sehingga perlu untuk diperhatikan oleh peneliti selanjutnya. Penelitian ini hanya menggunakan persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian karena itu faktor dalam penelitian ini terbatas. Cakupan lingkungan yang ada pada penelitian ini juga terbatas karena hanya berada di Yogyakarta saja.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan, menjaga serta terus membangun persepsi harga yang positif dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada agar konsumen tetap terus melakukan pembelian ulang di perusahaan Guardian.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Pernyataan yang ada dapat diberikan kepada responden dengan melakukan pendataan atau mewawancarai responden secara langsung agar lebih akurat datanya. Kuesioner akan menjadi efektif jika diberikan kepada konsumen yang sering melakukan pembelian di Guardian. Saya menyarankan peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai variabel yang tidak ada dalam penelitian ini (contoh: *brand image* dan promosi), juga untuk pemasaran dengan cara *online* pada Guardian.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., N., Smowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks, Vol 3, No 2, Juli 2018, p-ISSN : 2459-9921, e-ISSN : 2528-0570.*
- Andrean, D., & Anwar, M. (2021). *The Effect Of Perceived Quality, Brand Image, And Price Perception On Purchase Decision. Advances in Economic, Bussiness and Management Research, Volume 176, January 2021, ISSN 2352-5428.*
- Biati, L., Suprpto, R., Mamlukhah, & Muliana, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah Mahasiswa Iaida Blokagung Karandoro Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, Vol 3, No 2, Agustus 2022, ISSN :2745-8407.*
- Febriyanti, F., N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 2, No 2, Juli 2022, E-ISSN : 2809-9427, P-ISSN : 2809-9893*
- Ferdinand, Augusti. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi-2. Semarang: Badan Penerbit.
- guardianindonesia.co.id (2022, September 10) *Tentang Guardian*. Diambil kembali dari <https://guardianindonesia.co.id/>: <https://guardianindonesia.co.id/guardian-about-us>
- Gunantha, I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi pada konsumen Ms. Glow beauty di kota semarang). *Journal Of Management & Business, Vol 5, ISSN: 2598-831X (Print), ISSN : 2598-8301 (Online).*
- Hamlaini, Y., Irwanto, T., & Abi, Y., I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Nmax Di Dealer Yamaha Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal EMBA Review, Vol 2, No 2, Desember 2022, page 567-582, ISSN : 2798-3951, e-ISSN : 2798-2742.*
- Hariyadi, G., T. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Bisnis, Vol 1, 16-32, Maret 2016, ISSN (Print) : 2442-5028, ISSN (Online) : 2460-4291.*

- Hidayat, M., Mitriani, E., W., N., & Imbayani, A., G., I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Bandung. *National Scientific Journal Of Denpasar UNMAS, Vol 1, No 4, Desember 2020, e-ISSN : 2721-6810.*
- Inggriani, A., & Janamarta, S. (2019). Pengaruh “Brand Image”, “Perceived Quality”, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Super (Studi Kasus pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 17, No 3, ISSN : 1412-632X (cetak), ISSN : 2614-6789 (Online).*
- iprice.co.id (2023, Maret 10). *Harga Guardian Original di Indonesia Maret 2023*. Diambil kembali dari <https://iprice.co.id/>: <https://iprice.co.id/guardian/>
- Junaidi, J. (2010, April 21). *Download Tabel t untuk d.f = 1 – 200*. Diambil kembali dari <https://junaidichaniago.wordpress.com> <https://junaidichaniago.wordpress.com/?s=tabel+t>
- Junaidi, J. (2010, April 22). *Download Tabel F Lengkap*. Diambil kembali dari <https://junaidichaniago.wordpress.com:https://junaidichaniago.wordpress.com/?s=tabel+f>
- Kharislam, D., D., Pravasanti, Y., A., & Ningsih, S. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Indomaret Ruko Garuda Mas). *Jurnal Akuntansi dan Pajak, Vol 22, No 2, E-ISSN : 2579-3055.*
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-XII. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, Vol 6, No 1, Juni 2021, 33-39, p-ISSN : 2549-7332, e-ISSN : 2614-1167.*
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2021, E-ISSN : 2716-0092, P-ISSN : 2716-0106.*
- Mima Citra Dewi. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pelanggan di Outlet Wardah Mall Lippo Cikarang). Bekasi: FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS PELITA BANGSA BEKASI.
- Mokoagow, G. L., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel F. T. (2018). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Alfamidi R.E Martadinata Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 7 No.1 Tahun 2018. ISSN : 2338-9605.*

- Nasution, A., E. dan Lesmana, M., T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Volume 1, e-ISSN : 2654-6493*.
- Patmala, H., S., & Fatihah, D., C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol 5, No 3, 2021, P-ISSN : 2541-5255, E-ISSN: 2621-5306*.
- Rohmaniah, N. (2015). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub” (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Kepelatihan Angkatan 2013/2014 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 3, Nomor 2, Tahun 2015, p-ISSN : 2337-6708, e-ISSN : 2337-6708*.
- Rosia, R., Anindita, A., T., Nadila, L., D. & Anam, S., M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 4, No 1, Januari 2021, E-ISSN : 2599-3410, P-ISSN : 2614-3259*.
- Saragih, U., R., D. & Wulandari, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Watson Dan Guardian Mall Cipinang Indah. *Jurnal Pendidikan Tembusai. Volume 6, Nomor 2, 16330-16339, ISSN : 2614-6754 (print), ISSN : 2614-3097 (online)*.
- Simamora, H. (2007). *Manajemen Pemasaran internasional*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sriyanto, A., & Utami, D., A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen, VOL 5, NO 2, Oktober 2016, ISSN : 2252-6226*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumiati, & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta, Vol 16, No 1, Januari 2021, ISSN (print) :1907-6576, ISSN (online): 2615-5370*.
- Suparman, H., D. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Indomie Cinagen Kab. Sukabumi. *Jurnal Ekomedia STIE PASIM SUKABUMI, Vol 7, No 1, April 2018, ISSN : 2252-8369*.
- Supriadi, N., Y., Syarief, N., & Khoirunnisa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Sunskrin Nivea*. *Indonesian Journal of Business and Management, Vol 2, No 1, April 2022, p-ISSN : 2797-9725, e-ISSN : 2777-0559*.
- Syafitri, M., E., Azis, A., Thousani, F., H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk (*Study Kasus Pada Mahasiwa IAIN Salatiga*). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 8, No 2, 86-92, September 2021, P-ISSN : 2503-4413, E-ISSN : 2654-5837*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2013). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Topbrand-award.com, (2022, September 10). *Top Brand Index*. Diambil kembali dari <https://www.topbrand-award.com/>: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&type+subcategory&tbi_find=guardian
- trends.google.com (2023, Maret 9). *Perawatan Sendiri/Ke Klinik Kecantikan*. Diambil kembali dari <https://trends.google.com/>:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%203-m&geo=ID&q=perawatan%20sendiri,ke%20klinik%20kecantikan&hl=en>

- WAHYUNI, Melinda Desy. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Clinic Center Gresik). *Jurnal Manajerial, Vol 05, No 1, Januari 2018*, ISSN 2621-5055.
- Wydyanto, W., & Ilhamalimy, R., R. (2021). *The Influence Of Service Quality And Product Qualityon Purchase Decisions And Customer Statisfaction (Marketing Management Literature Review)*. *Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science, Volume 3, Issue 2, November 2021*, E-ISSN : 2686-522X, P-ISSN : 2686-5211.
- Yunefa, A., & Sabardini, S., E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Di Yogyakarta. *Journal Cakrawangsa Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Vol 1, No 2 Oktober 2020*, 171-186 ISSN : 2721-3102.

