

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SCRALETT WHITENING DI
KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

YULIANA ANDRIANI PUTRANTI AYUNINGTYAS OEMATAN TENASUE

11180445

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

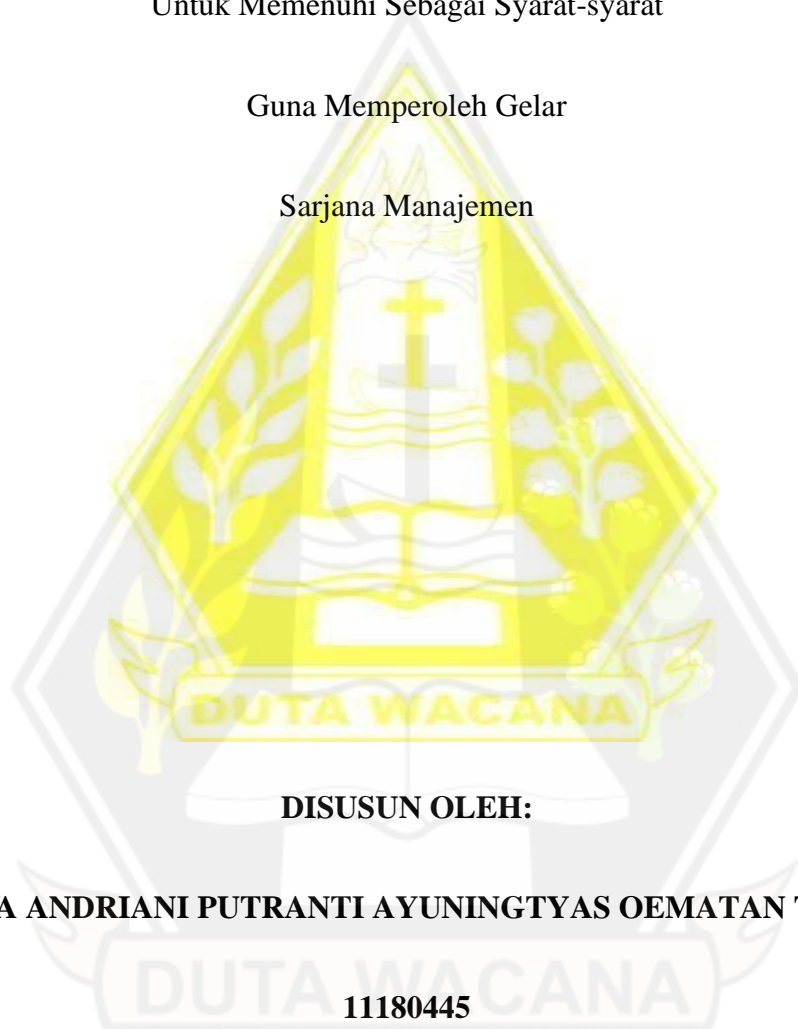
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

YULIANA ANDRIANI PUTRANTI AYUNINGTYAS OEMATAN TENASUE

11180445

PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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 : Yuliana Andriani Putranti Ayuningtyas Oematan Tenasue
NIM : 11180445
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 PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SCRALETT
WHITENING DI KOTA 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 : 28 Juni 2023

Yang menyatakan



(Yuliana Andriani Putranti)
11180445

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
SCRALETT WHITENING DI KOTA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Yuliana Andriani Putranti Ayuningtyas Oematan Tenasue

11180445

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
19 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM. :
(Ketua Tim Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM. :
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. :
(Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, 26 Juni 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASILAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul

“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SCRALETT WHITENING DI KOTA TOGYAKARTA”

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 didapat bahwa hasil skripsi ini adalah plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 23 Mei 2023



Yuliana Andriani Putranti
(11180445)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat-Nya , sehingga skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen Produk Seralett Whitening di Kota Yogyakarta”** saya dapat menyelesaikan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (SI) Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak bisa diselesaikan dengan baik. saya juga mengucapkan terimakasih kepada keluarga saya yang telah memberikan dukungan, doa serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada dosen pembimbing yang saya hormati Bapak Dr. Drs. Sisnuhadi, MBA. yang telah meluangkan waktu, tenaga untuk memberikam bimbingan dan masukan yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini dengan penuh kesabaran.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Oleh karena itu, penulis berharap jika ada kritik dan saran yang dapat membantu bagi pembaca untuk menyempumakan skripsi ini. Akhir kata, saya harap semoga tujuan skripsi ini dapat sesuai dengan apa yang diharapkan.

Yogyakarta, 23 Mei 2023



Yuliana Andriani Putranti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
1.5 Batasan Penelitian	24

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	26
2.1 Landasan Teori.....	26
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2 Pengaruh Promosi.....	26
2.1.2.1 Definisi Promosi.....	26
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.....	27
2.1.2.3 Tujuan Promosi.....	29
2.1.2.4 Fungsi Promosi.....	31
2.1.2.5 Jenis-jenis Promosi.....	31
2.1.3 Kualitas Produk.....	32
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	32
2.1.3.2 Tujuan Kualitas Produk.....	33
2.1.3.3 Manfaat Kualitas Produk.....	34
2.1.3.4 Tingkat Kualitas Produk.....	35
2.1.3.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas Produk.....	36
2.1.4 Harga	40
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	40
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	41
2.1.4.3 Faktor Pertimbangan Penetapan Harga.....	41
2.1.4.4 Indikator Harga.....	42

2.1.4.5 Jenis-jenis Harga.....	43
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	44
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	44
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian.....	46
2.2 Penelitian Terdahulu.....	47
2.3 Kerangka Konsep.....	49
2.4 Hipotesis.....	49
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Data dan Sumber	50
3.1.1 Data Primer.....	50
3.1.2 Data Sekunder.....	51
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.1.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampel.....	54
3.1.4.1 Populasi.....	54
3.1.4.2 Sampel.....	54
3.1.4.3 Teknik Penentuan Sampel.....	55
3.2 Definisi Variabel dan Pengukuran	55
3.2.1 Variabel.....	55
3.2.2 Definisi Variabel Operasional.....	55

3.2.3 Skala Pengukuran Data.....	58
3.3 Metode Penelitian	58
3.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.3.1 Uji Validitas Penelitian.....	59
3.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.3.2 Uji Statistik.....	60
3.3.2.1 Uji Linier Berganda.....	60
3.3.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
3.3.2.3 Uji Simultan (Uji f).....	61
3.3.2.4 Uji Signifikan parsial (uji t).....	62
BAB IV.....	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1 Objek Penelitian.....	63
4.1.2 Profil Scralett Whitening.....	63
4.1.3 Uji Validitas.....	64
4.1.4 Uji Reliabilitas.....	66
4.2 Karakteristik Responden	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67

4.2.3 Karakteristik Rsponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	68
4.2.4 Karakteristik Responen Berdasarkan Perkerjaan.....	69
4.2.5 Karakteristik Responen Berdasarkan Pendapatan/bulan.....	70
4.2.6 Karakteristik Responen Berdasarkan Menggunakan Produk.....	70
4.3 Penguji Hipotesis.....	71
4.3.1 Analisis Regresi Liner Berganda.....	71
4.3.2 Uji t	73
4.3.3 Uji F.....	74
4.3.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	75
4.4 Pembahasan.....	75
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta.....	76
4.4.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta.....	77
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta.....	78
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....80

LAMPIRAN83



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga dan Jenis Promosi Scralett Whitening.....	20
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3. 1 Jenis dan Sumber Data.....	51
Tabel 3. 2 Teknik Pengumpulan dan Sumber Data.....	53
Tabel 3. 3 Variabel Operasional.....	56
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	68
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan /bulan.....	70
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Produk.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	75

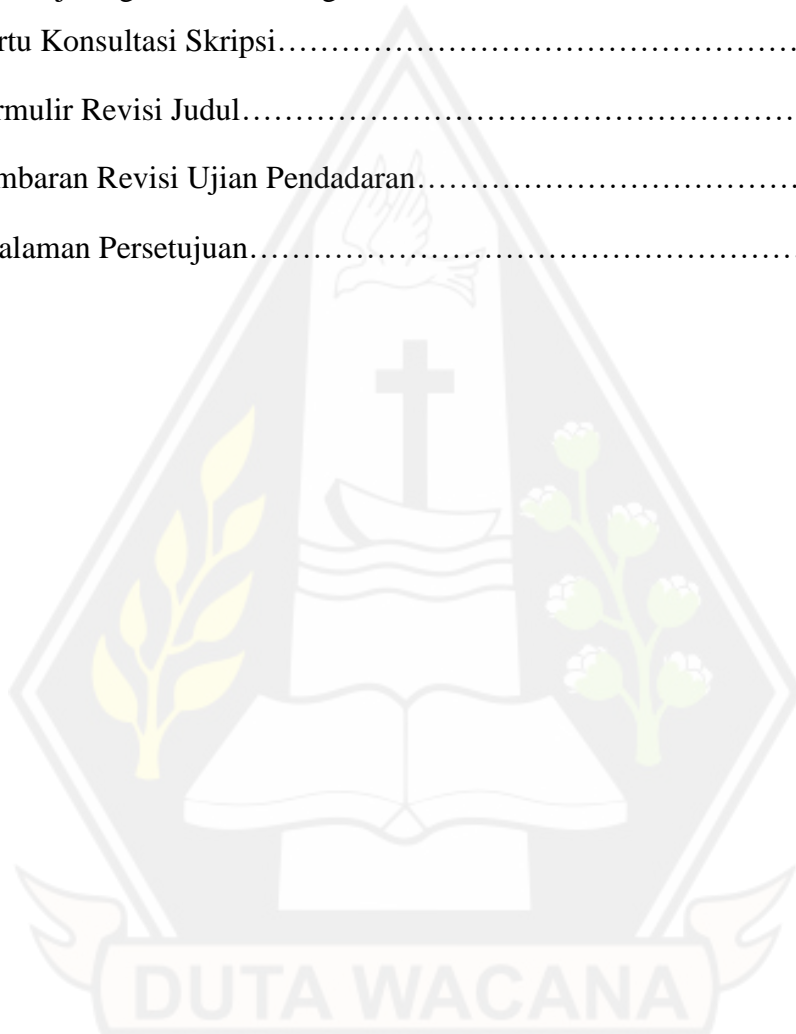
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Profil Responden	93
Lampiran 3 Jawaban Responden	104
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	125
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	127
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	129
Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skripsi.....	130
Lampiran 8 Formulir Revisi Judul.....	131
Lampiran 9 Lembaran Revisi Ujian Pendadaran.....	132
Lampiran 10 Halaman Persetujuan.....	133



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SCRALETT WHITENING DI
KOTA YOGYAKARTA**

Yuliana Andriani Putranti Ayuningtyas Oematan Tenasue

11180445

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis

Universitas Krsiten Duta Wacana

andrputranti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta. penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data *purposive sampling* yakni pengumpulan data sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah diisi. Penelitian ini juga menggunakan analisis uji validasi, uji reliabilitas, uji F, uji t, uji regresi linier berganda, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scralett Whitening, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scralett whitening dan harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk scralett whitening.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF SCRALETT
WHITENING PRODUCTS IN THE CITY OF YOGYAKARTA**

Yuliana Andriani Putranti Ayuningtyas Oematan Tenasue

11180445

Departemen Management, Faculty Of Business

Duta Wacana Christian University

andrputranti@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, product quality and price on consumer purchasing decisions for Scralett Whitening products in the city of Yogyakarta. This research was conducted by collecting purposive sampling data, namely data collection of 100 respondents which was carried out by distributing filled out questionnaires. This study also uses validation test analysis, reliability test, F test, t test, multiple linear regression test, and the coefficient of determination (R^2). The results of the study show that Promotion has a significant effect on the decision to purchase Scralett Whitening products, Product Quality has a positive and significant effect on the decision to purchase Scralett Whitening products and price has a positive but not significant effect on the decision to purchase Scralett Whitening products.

Keywords: Promotion, Product Quality, Price, Purchase Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dunia kosmetik telah membuat langkah yang signifikan di Indonesia, baik secara sosial budaya ataupun perekonomian, serta telah mengarah pada gaya hidup, dimulai fashion serta perawatan kulit hingga munculnya beragam produk kecantikan yang menjadi produk dasar bagi keperluan wanita. Pada tahun-tahun terakhir, produk perawatan kecantikan telah terdiversifikasi baik dari segi jenis produk ataupun merek di pasaran. Meningkatnya keinginan wanita, terutama pada golongan produk kulit, sebagai satu diantara aspek faktor terbesar yang mempengaruhi meluasnya pasar kecantikan. Sangat penting bagi wanita khususnya untuk menyadari bagaimana mempertahankan kesehatan dan penampilannya. Selain itu, permintaan akan perawatan kulit tidak lagi dibatasi di kalangan suatu bisnis, meskipun barang/jasanya tersedia bukan cuma di perkotaan besar namun juga pada beragam negara.

Generasi milenial serta generasi Z yakni titik awal ke arah ini bagi mayoritas konsumen. Hal tersebut tentunya sebagai satu diantara penopang utama bisnis pada sektor kosmetik dan kecantikan melalui berbagai inovasi produknya. Ada banyak bisnis yang bukan cuma menawarkan variasi produk namun beragam variasi dari yang umum sampai yang tidak biasa, banyak juga merek yang ada serta yang telah tersedia di pasaran termasuk Scarlett Whitening.

Scarlett Whitening yakni produk yang mencakup beberapa lini produk diantaranya perawatan wajah, perawatan tubuh serta perawatan rambut. Kini produk skin care ini banyak dipakai public figure serta dipasarkan di media sosial. Kesuksesan dalam berdagang suatu produk bergantung terhadap putusan pembelian seseorang yang dipengaruhi beberapa faktor.

Berdasarkan Bukhari Alma (2016:96) memaparkan bahwasanya putusan pembelian yakni pilihan pelanggan yang terpengaruh perekonomian finansial, politik, teknologi, produk, budaya, tempat, harga, bukti fisik, penawaran, proses, dan orang.

Kesuksesan organisasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan atas produk tersebut, contohnya melalui kenaikan kampanye, selain peningkatan mutu produk bagi pelanggan melalui daya saing dan inovasi harga, karena putusan pembelian sebagai pedoman bagi organisasi ketika memahami cara kerja promosi bisnis itu sendiri.

Promosi yakni satu diantara aspek yang mempengaruhi kesuksesan penjualan. Berdasarkan Laksana (2019:129) “promosi yakni komunikasi yang dilandasi oleh pengetahuan yang memadai diantara pembeli dengan penjual, bertujuan guna mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak saling bertemu, hingga menjadi pembeli serta tetap ingat terhadap produk tersebut”.

Kesuksesan suatu organisasi dalam memberikan pengaruh putusan pembelian amat terbantu oleh usaha produsen dalam memperluas penawaran dan mengoptimalkan mutu produk bagi pelanggan. Promosi dalam pemasaran modern yakni aspek yang menentukan kesuksesan pemasaran sebuah produk. Produk bisa dipromosikan secara nasional jika kampanye juga mencakup wilayah yang luas. Media sosial kini mempunyai peranan krusial pada pemasaran produk. Semakin baik sebuah merek memasarkan produk mereka, makin baik hasil yang mereka dapatkan. (Laksana, “promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap, 2019:129)

Upaya promosi Scarlett Whitening yakni dengan memperkenalkan produknya kepada konsumen. Platform yang berbeda dipakai guna mencapai media yang berbeda, yakni dari

beragam media. Pada bisnis kualitas produk juga sangat diperhitungkan di kalangan konsumen.

Scarlett Whitening yakni merek dari Indonesia. Banyak blogger dan vlogger yang membahas serta mempergunakan produk scarlet whitening. Scarlett Whitening menarik sejumlah perempuan lantaran produk pemutihnya. Produk yang seringkali diminta yakni hand body. Harga Scarlett Whitening dapat dinyatakan cukup terjangkau yakni Rp 65.000-75.000. Hebatnya walaupun Scarlett Whitening mempunyai harga terendah, kualitasnya tetap dirasa terbaik. Selain itu, lantaran kelebihan strategi harga, Scarlett Whitening bisa mengimplementasikan harga serupa di seluruh Indonesia. Produk berikut ialah miliki Scarlett Whiting.

Table 1.1

Harga dan Jenis Promosi Scarlett Whitening

No	Jenis Produk	Harga	Promosi	Gambar
	Scarlett Body Lotion	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer memalui media sosial contoh: tiktok, instagam, youtube, dll	

2	Scarlett Body Scrub	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalui media sosial contoh : tiktok, instagram, youtube, dll	
3	Scarlett Shower Scrub	Rp. 75.000	Endorsment artis influencer melalui media social. contohnya: tiktok, instagram,youtube,	
4	Scarlett hair care	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalu media sosial contohnya: tiktok,instagram,youtube,dll	
	Scalett serum	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalu media sosial contohnya: tiktok,instagram,youtube,dll	

Sumber: Data ScarlettWhitening.com

Scarlett Whitening mempunyai tekstur yang lembut serta tidak lengket dan menawarkan perubahan serta dapat menjaga kulit dan nyaman ketika diaplikasikan. Bahkan, produk Scarlett telah lulus pengujian BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) hingga aman dipergunakan. Produk yang sering diperbincangkan ataupun dipakai anak muda yakni body care Scarlett Whitening.

Satu diantara aspek yang berpengaruh terhadap putusan pembelian yakni mutu produk. Mutu produk yakni kriteria terpenting bagi konsumen saat membuat putusan pembelian. Produk yang bermutu yakni produk yang diterima pelanggan berdasarkan keperluan serta keinginannya sendiri. Hingga, tiap organisasi harus memperhatikan kualitas produknya, karena persaingan antar perusahaan makin ketat, lantaran tiap perusahaan perlu terus mengoptimalkan pangsa pasarnya guna menjangkau pelanggan baru. Mutu produk yakni aspek terpenting yang perlu diupayakan tiap organisasi bila ingin produknya bisa bersaing di pasar dan memuaskan keperluan serta harapan konsumen, karena mutu yakni persyaratan terpenting guna mendapatkan produk di pasar. Sebuah produk dianggap berkualitas tinggi bila produk itu dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Scarlett Whitening yakni bisnis yang menjual produk berkualitas yang bernilai lebih dari produk pesaing yang lain. Scarlett yakni produk perawatan kulit. Keunggulan produk Scarlett yakni dengan pemakaian teratur bisa mencerahkan, melembabkan, mencerahkan, serta meratakan warna kulit secara efektif lantaran mengandung glutathione sebagai antioksidan terbaik serta menunjang menjaga kulit dari polusi selama beraktivitas di luar ruangan sebagaimana ketika berkendara dari paparan debu, asap, serta sinar matahari langsung, yang bisa menimbulkan kulit kusam.

Menawarkan berbagai macam perawatan wajah dan tubuh yang sedang populer di Indonesia, industri perawatan tubuh selalu berusaha guna mengoptimalkan pilihan pelanggan dengan meningkatkan kualitas, harga dan promosi tiap waktunya. Bersumber latar belakang tersebut, maka riset berikut berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening di Kota Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber rumusan permasalahan, maka rumusan riset yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scralett Whitening di kota Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh pada pembelian produk Scralett Whitening di kota Yogyakarta?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scralett Whitening di kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan, maka tujuan riset berikut yakni:

1. Guna memahami pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scralett Whitening di kota Yogyakarta
2. Guna memahami pengaruh harga pada pembelian produk Scralett Whitening di kota Yogyakarta
3. Guna memahami pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Scralett Whitening di kota Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat bagi akademis

Riset berikut harapannya bisa dijadikan rujukan riset yang akan datang dan mampu memberikan kegunaan yang positif dalam mengembangkan penelitian pada subjek yang sama atau variabel yang lebih menarik.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Riset berikut bisa mengaplikasikan dan mengembangkan ilmu yang didapat dari perkuliahan serta sebagai bahan pertimbangan sehingga memberikan informasi dan merencanakan strategi pemasaran dalam memahami Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening di Kota Yogyakarta.

1.4.3 Manfaat bagi Scarlett Whitening

Riset berikut harapannya bisa dijadikan masukan serta guna menilai strategi pemasaran produk, promosi serta kualitas produk yang efektif sehingga dapat berpengaruh terhadap putusan pembelian pelanggan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan riset berikut yakni:

Riset berikut mengeksplorasi identifikasi permasalahan terhadap produk perawatan kulit Scarlett Whitening. Hingga, riset berikut hanyalah berfokus terhadap variabel yang berhubungan terhadap mutu produk serta brand image dan dampaknya pada putusan pembelian pemakai produk skin care Scarlett Whitening di kota Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber hasil riset yang sudah dilakukan perihal “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta” dengan melakukan pengujian repsi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi terhadap 100 responden dengan cara membagikan kuesioner, maka bisa dibuat simpulan bahwasanya:

1. Promosi berdampak signifikan dan positif pada pengaruh keputusan pembelian produk scralett whitening. Maka dari itu promosi sangat penting karena semakin kita banyak melakukan promosi maka akan semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan pembelian.
2. Kualitas Produk berdampak signifikan dan positif pada pengaruh keputusan pembelian produk scralett whitening. maka itu tinggi kualitas produk scralett whitening membuat semakin besar kemungkinan meningkatnya pembelian produk.
3. Harga tidak signifikan pada keputusan pembelian konsumen produk scralett whitening di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwasanya makin besar harga yang ditetapkan maka tidak mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta.

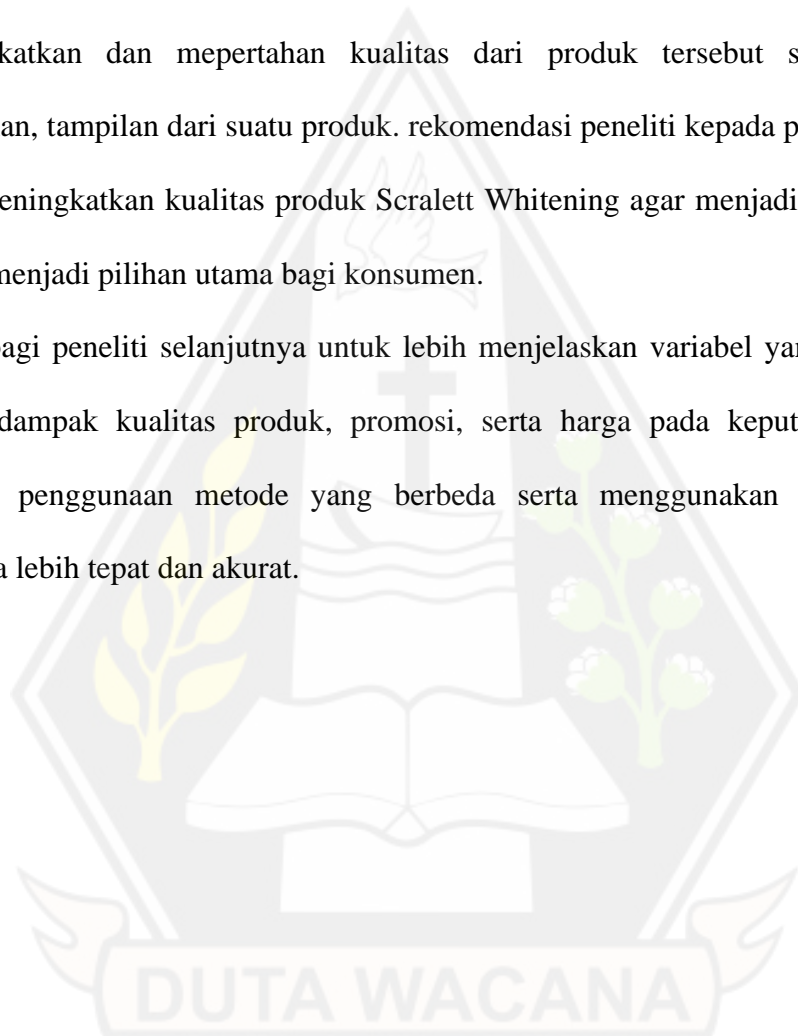
5.2 Saran

Bersumber hasil riset, maka rekomendasi yang bisa disajikan peneliti ialah meliputi:

1. Dari hasil riset berikut, memaparkan bahwasanya Scralett Whitening lebih meningkatkan dengan melakukan promosi serta memperhatikan keunggulan dan manfaat dari produk yang dipromosikan. rekomendasi peneliti untuk perusahaan tetap

mempertahankan promo yang sudah dikenal konsumen agar tetap menjadi pilihan bagi konsumen karena Promosi sangat berpengaruh untuk keputusan pembelian di Kota Yogyakarta.

2. Dari hasil penelitian ini yang di dapat, bahwasanya kualitas produk menjadi sebuah pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian produk Scralett Whitening di Kota Yogyakarta. Maka, perusahaan diharapkan untuk mampu memperhatikan, meningkatkan dan mepertahan kualitas dari produk tersebut seperti manfaat, ketahanan, tampilan dari suatu produk. rekomendasi peneliti kepada perusahaan untuk tetap meningkatkan kualitas produk Scralett Whitening agar menjadi lebih baik serta tetgap menjadi pilihan utama bagi konsumen.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk lebih menjelaskan variabel yang saling terkait antara dampak kualitas produk, promosi, serta harga pada keputusan pembelian melalui penggunaan metode yang berbeda serta menggunakan responden agar hasilnya lebih tepat dan akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Perangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP SWTIM YKPN.
- Aisyah, N. (Desember 2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan terhadap minat pembelian produk indomie di masyarakat bekasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Di*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, K. d. (2008). *Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*”, *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Jun.
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Humn, C. (2022, Mei 19). *Profil Perusahaan Scralett Whittening*. Retrieved from Berita Terkini: <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-scarlett-whitening-yang-dibangun-felicya-angelista-1y6VBSxFfjT>
- Kellen, K. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Edinburgh Gate: Pearson.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- M.F, L. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Margiyanto. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Balckberry di kota Semarang*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk dan Dimensi Kualitas Produk*. (2015, november 16). Retrieved from Rerrieved Form: <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>
- Rauf, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scralett Whittening Pada Mahasiswa Makasar*. *Universitas Muhammadiyah Makasar*, 30-31.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supriyada, W. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Merdeka Malang.

Tjiptono. (2001). *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, A. &. (2010). *Pengertian Harga*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (Yogyakarta). *Strategi Pemasaran*. 2008: Andi.

