

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK IMPLORA DI KECAMATAN
RAMBUTAN**



SKRIPSI

Nama : Indah Suci Rahmawati
Nim : 212018055

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK IMPLORA DIKECAMATAN
RAMBUTAN**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



SKRIPSI

**Nama : Indah Suci Rahmawati
Nim : 212018055**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Suci Rahmawati

NIM : 212018055

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Di Kecamatan Rambutan.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama oengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Februari 2022



Indah Suci Rahmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

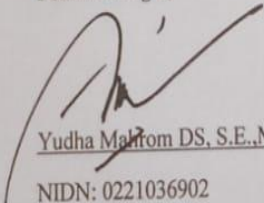
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Lipstik Implora di Kecamatan
Rambutan.
Nama : Indah Suci Rahmawati
Nim : 212018055
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

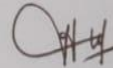
Diterima Dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing 1,

Pembimbing 2,


Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si

NIDN: 0221036902


Nadia Afriliana, S.E., M.Si

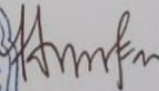
NIDN: 0219048501

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zafeta Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN: 02290575501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri ”

(QS. Ar-Rad: 11)

“Pengetahuan adalah senjata paling hebat untuk mengubah dunia”

(Nelson Mandela)

“Jangan katakan kepada Allah, aku punya masalah besar, tetapi katakan pada masalah bahwa aku punya Allah yang maha besar”

(Ali Bin Abi Thalib)

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

- ❖ Ayah Ku Tercinta Agus dan Ibu Ku Tercinta Romisa**
- ❖ Adik ku yang saya sayangi Andika Fajar Maulana, Wanda Safitri, dan Sigit Pramono**
- ❖ Keluarga Besarku yang telah banyak mensupport dan membantu selama ini**
- ❖ Pembimbing Skripsi Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si dan Ibu Nadia Afriliana, S.E.,M.Si**
- ❖ Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah**
- ❖ Sahabat-sahabatku tercinta yang sudah banyak membantu**
- ❖ Sahabat-Sahabatku yang diluar sana yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.**

PRAKATA



Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabbil' alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Di Kecamatan Rambutan.”. Dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua saya, Ayahanda ku (Agus) dan Ibunda ku (Romisa) yang sangat memiliki peran penting dalam hidup penulis dan berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang sangat hebat didunia serta keluarga yang sangat mendukung.

Selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dan beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yudha Mahrom DS,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, sekaligus Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Si selaku ketua dan wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nadia Afriliana, S.E.,M.Si selaku pembimbing II.
5. Masyarakat Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan yang sudah sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Ayah ku tercinta Agus dan Ibu ku tercinta Romisa yang tak henti-hentinya mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada sahabat-sahabatku terbaik saya untuk saling suport.
8. Keluarga Besar PK IMM FEB terutama Immawati angkatan 2018.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Februari 2022

Indah Suci Rahmawati

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Plagiat	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Halaman Prakata	vi
Halaman Daftar Isi	vii
Halaman Daftar Tabel	ix
Halaman Daftar Lampiran	xi
Halaman Abstrack.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	13
B. Kerangka Pemikiran.....	35
C. Hipotesis.....	35

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Populasi Dan Sampling	39

E. Data Yang Diperlukan.....	41
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	42

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	50
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

HALAMAN DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil pra survei	7
Tabel III.1 Operasional Variabel	37
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	51
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	52
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Harga.....	53
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Promosi	53
Tabel IV.5 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	56
Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel IV.10 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	60
Tabel IV.11 Jawaban Responden Variabel Harga	62
Tabel IV.12 Jawaban Responden Variabel Promosi.....	65
Tabel IV.13 Regresi Linear Berganda	67
Tabel IV.14 Hasil Uji F (Simultan).....	69
Tabel IV.15 Hasil Uji t (Parsial)	69
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 5 Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji F

Lampiran 7 Tabel T

Lampiran 8 Tabel R

Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

Lampiran 10 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 11 Sertifikat AIK

Lampiran 12 Sertifikat SPSS

Lampiran 13 Sertifikat Komputer

Lampiran 14 Plagiarsm Checker

Lampiran 15 Biodata Penulis

ABSTRAK

Indah Suci Rahmawati /212018055/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Di Kecamatan Rambutan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 konsumen. Metode sampel yang digunakan adalah metode Area Sampling (*Cluster Sampling*). Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda dengan persamaan $Y=3.908 + 0,495 X_1 + 0,230 X_2 + 0,333 X_3$. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan $F_{hitung} (28,108) > F_{tabel} (1,660)$ dan $t_{hitung} (3,845) X_1, (2,641) X_2, (2,452) X_3 > t_{tabel} (1,292)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Dan promosi

Abstract

Indah Suci Rahmawati /212018055/ the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions for implora lipstick in Rambutan District.

The purpose of this study is to find out the influence of product quality, price, and promotion has an influence on consumer purchasing decisions on Implora Lipstick products in Rambutan District. In this study samples taken as many as 100 consumers. The sample method used is the Area Sampling Method (Cluster Sampling). This type of research includes associative research, the data used in this study is primary data. Data collection techniques used in the form of a questionnaire. Quantitative method with multiple linear regression analysis with the equation $Y=3.908 + 0,495 X_1 + 0,230 X_2 + 0,333 X_3$ the result of hypothesis testing show $F_{hitung} (28,108) > F_{tabel} (1,660)$ and $t_{hitung} (3,845) X_1, (2,641) X_2, (2,452) X_3 > t_{tabel} (1,292)$ then H_0 is rejected and H_a is accepted meaning that there is an effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions either partially or jointly.

Keywords :Purchasing Decisions, Product Quality, Price and Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Manajemen pemasaran memegang peranan yang sangat penting di era sekarang, untuk mencapai strategi pemasaran yang tepat dan yang terbaik dapat dilihat dari beberapa faktor diantaranya adalah produk, price dan promosi. Ketiga faktor tersebut sangat penting karena merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Maka itu seorang pengusaha ataupun perusahaan harus peka terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Umumnya pemasaran dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kekonsumen saja. Banyak orang juga yang mengansumsikan bahwa akan ada selalu kebutuhan untuk penjualan. Akan tetapi tujuan pemasaran bukan hanya sebatas itu saja, namun tujuan pemasaran juga untuk memperluas penjualan hingga ke berbagai pasar, tetapi juga untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa, sehingga produk dan jasa yang ditawarkan cocok dengan selera pelanggan.

Persaingan Perusahaan yang semakin ketat saat ini, menuntut perusahaan menerapkan standar kualitas pada produk yang dihasilkan. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil atau tidaknya produk tersebut menembus pasar. Persoalan yang kemudian muncul adalah

apabila produk yang dihasilkan suatu perusahaan merupakan produk yang juga dihasilkan oleh perusahaan lain, sehingga hal ini menimbulkan kompetisi atau persaingan dari berbagai perusahaan – perusahaan yang ada. Perusahaan yang satu dengan yang lain berkompetesi agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang terbaik diantara produk perusahaan-perusahaan yang sejenis. Salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seringkali perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk dengan harga yang murah dengan anggapan konsumen hanya mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian. Anggapan ini tidak sepenuhnya benar. Produk memang tidak dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsionalnya saja namun juga memuaskan kebutuhan sosial dan psikologi.

Keputusan pembelian dan pilihan produk seringkali dipengaruhi oleh dorongan-dorongan yang sifatnya psikologis. Tidak jarang kita temui konsumen memutuskan untuk memilih dan mengkonsumsi produk tertentu dalam rangka aktualisasi diri sekaligus sebagai sarana masuk kedalam komunitas yang diharapkannya, misalkan dalam konsumsi kosmetik. Keputusan membeli oleh konsumen terhadap suatu produk diawali dengan kesadaran pembeli akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari bahwa terhadap perbedaan antara kondisi yang sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan konsumen aktif mencari informasi yang

lebih banyak untuk mengetahui produk yang diminatinya. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Setiap konsumen menggunakan berbagai kriteria produk dan merek tertentu. Menurut Buchori Alma (2020:96) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi promosi, physical evidence, people dan process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengelola segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul dan produk apa yang akan dibeli. Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, harga dan promosi.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang yang ditawarkan oleh penjual dan mempunyai nilai jual lebih dan tidak dimiliki produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha fokus pada kualitas produk yang dimiliki dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Secara tradisional, harga

merupakan salah satu komponen utama dalam keputusan membeli suatu produk. Dalam penelitian ini harga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur rupiah untuk dapat membeli produk yang ditawarkan. Menurut Iwan Kusuma Sihombing dan Ika sari Dewi (2019:112), Harga merupakan salah satu komponen dalam marketing mix sebagai salah satu komponen yang penting, maka sebuah perusahaan harus dapat menentukan strategi harga yang tepat bagi produk yang di produksinya.

Promosi merupakan salah satu variable marketing mix yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran. Menurut Iwan Kesuma Sihombing Dan Ika Sari Dewi (2019:114), promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar baru atau memperluas jaringan pemasaran.

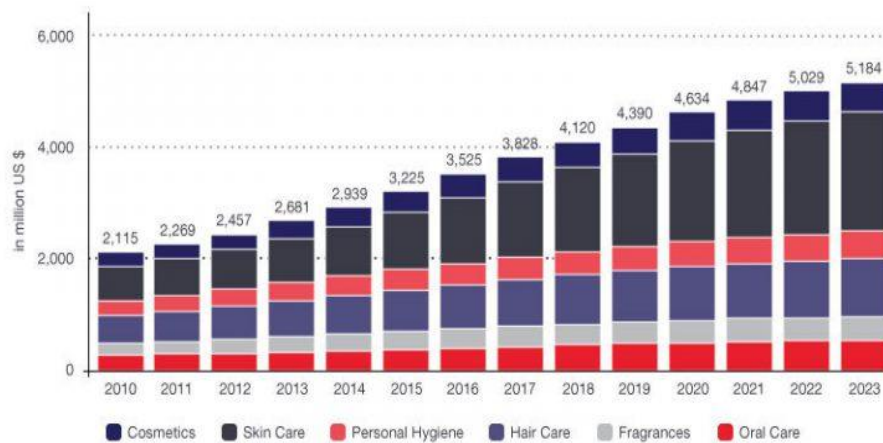
Ketua Harian Perhimpunan Perusahaanaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK Indonesia) Kusuma Ida Anjani mengatakan saat ini industry kosmetika membagi menjadi dua kategori yakni kosmetik yang terdiri dari make up base dan dekoratif dan yang kedua perawatan yang terdiri dari care dan scincare. Dia menyebut trend penjualan tahun lalu memang menunjukkan trend berbeda dimana kategori kosmetik menurun tetapi perawatan home care meningkat. Jika disadari bahwa baik wanita maupun pria setiap hari tidak bisa lepas dari yang namanya kosmetik, seperti Lotion, powder, deodorant, parfum, dan banyak lainnya. Kemajuan teknologi telah membawa perubahan-perubahan

yang signifikan pada industri kosmetik, dengan menggunakan teknologi modern, industri kosmetik kini mampu memproduksi dalam skala yang sangat besar mencakup berbagai produk dengan tingkat yang sangat luas. Dengan dukungan kemajuan teknologi transportasi maka produk tersebut dalam waktu yang amat singkat dapat menyebar ke berbagai negara dengan jaringan distribusi yang sangat luas dan mampu menjangkau seluruh strata masyarakat.

Dalam melakukan pengawasan produk kosmetik Kepala BPOM telah mengeluarkan Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia tahun 2020 tentang pengawasan produksi dan peredaran kosmetika. Pengawasan kosmetika sebagaimana dimaksud Paragraf 5 Pemeriksaan terhadap Kosmetika Pasal 14 Pemeriksaan terhadap Kosmetika sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf b meliputi pemeriksaan terhadap:

- a. legalitas Kosmetika
- b. keamanan, manfaat dan mutu Kosmetika
- c. penandaan dan klaim Kosmetika
- d. promosi dan iklan Kosmetika.

Grafik 1.1
Tingkat Perkembangan Kosmetik di Indonesia
2010-2021



Sumber : pelakubisnis.com

Berdasarkan Grafik 1.1 di atas dapat dilihat bahwa perkembangan kosmetik di Indonesia meningkat setiap tahunnya dimulai dari tahun 2010 sebesar 2,115 sampai dengan tahun 2021 dengan kenaikan sebesar 4,847. Dengan meningkatnya permintaan kosmetik tersebut mendorong banyaknya industry kosmetik terus bersaing dalam menciptakan produk dengan keunggulan yang dimiliki oleh setiap perusahaan serta inovasi yang dapat menarik minat konsumen. Berbagai merek kosmetik semakin marak di pasaran baik lokal maupun non-lokal seperti : Wardah, Pond's, Garnier, Biore, Ovale, Revlon, Maybelline, Oriflame, MustikaRatu, Makeover, Viva, pixy, Emina, Elf, WetnWild, Madam Gie, Implora. Dengan memberikan keunggulan

masing-masing sehingga para konsumen harus jeli untuk dapat memilih produk kosmetik yang sesuai dan cocok dengan jenis kulit konsumen

Indonesia memiliki banyak perusahaan lokal atau perusahaan dalam negeri sendiri yang menawarkan produk berjenis lip cream matte ini. Tentu dengan nama merek, netto, harga dan kualitas yang berbeda-beda. Salah satunya adalah produk kosmetik implora. Implora adalah salah satu kosmetik yang sudah cukup terkenal dan sering digunakan oleh masyarakat. Tak terkecuali masyarakat desa pelaju kecamatan rambutan kabupaten banyuasin yang juga banyak menggunakan kosmetik merek implora. Implora juga sudah banyak mengeluarkan berbagai macam produk dengan variasi harga yang berbeda – beda diantaranya adalah :

Tabel 1.1
Daftar Produk-Produk dan Harga Lipstik Implora Matte

No	Nama Produk	Harga
1	Lipstick Implora Matte-Dusky Nude	Rp 30.000
2	Implora lips cream lipstick Matte-Merah Muda	Rp 17.500
3	Lip Cream Implora 02 Terra Cotta	Rp 21.000
4	Implora Lipstik More Stay fabulous	Rp 17.000
5	Lip Cream Implora 05 Allure	Rp 22.000
6	Lip Cream Implora 06 Lumiere	Rp 22.000
7	Lipstik Implora Intense Matte-03 Sheer Plum original	Rp 19.500

Sumber : Saungharga.com

Produk – produk pada Tabel 1.1 merupakan produk kosmetik Implora yang sudah sering digunakan oleh masyarakat. Melihat dari

banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka peneliti melakukan pra-survey untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian lipstick merek Implora di Kecamatan Rambutan. Peneliti melakukan survei dengan membuat kuesioner kepada 30 responden yang merupakan masyarakat Kecamatan Rambutan yang berasal dari kalangan masyarakat yang mempunyai penghasilan kurang lebih tiga juta rupiah per bulan.

Table 1.3

Hasil Pra-Survey Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan 2021

No	Pernyataan Variabel	Tanggapan		Total
		S	TS	
INDIKATOR KEPUTUSAN PEMBELIAN				
1	Kualitas Produk Lipstick Impora sesuai dengan harapan anda	12	18	30
2	Anda mendapatkan Informasi atau rekomendasi dari orang lain tentang Lipstick Implora	20	10	30
INDIKATOR KUALITAS PRODUK				
1	Kualitas produk Lipstik Implora Sesuai Dengan Merek yang ditawarkan	15	15	30
2	Produk Lipstik Implora memiliki daya tahan yang baik untuk bibir	12	18	30
INDIKATOR HARGA				
1	Harga lipati implora dapat terjangkau bagi semua konsumen	13	17	30
2	Harga Lipstik Implora sesuai dengan manfaat yang ditawarkan	14	16	30
INDIKATOR PROMOSI				
1	Promosi yang dilakukan oleh Lipstik Implora melalui iklan di Tv dan sisial media menarik minat saya untuk melakukan keputusan pembelian.	8	22	30
2	Promosi yang dilakukan Lipstik I mplora sangat gencar mampu mempengaruhi saya untuk melakukan pembelian	10	20	30

Dari hasil Pra-Survey yang dilakukan terdapat beberapa masalah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Lipstik Implora yaitu sebagai berikut :

Indikator keputusan pembelian yaitu apakah lipstik implora sesuai dengan harapan anda, sebagian besar konsumen mengatakan bahwa tidak. Karena kualitas produknya yang mudah hilang, kering ketika dipakai dan tidak menyatu pada kulit bibir.

Indikator kualitas produk yaitu daya tahan, lipstik implora tidak memiliki daya tahan yang baik, dari hasil wawancara yang didapatkan bahwa lipstik implora cenderung cepat hilang, sehingga banyak sekali konsumen yang setelah memakai lipstik implora ini beralih ke merek lain.

Tidak semua konsumen bisa membeli lipstik implora karena harganya yang cukup mahal bagi konsumen yang tinggal di Kecamatan Rambutan. Lipstik implora tidak sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, Dalam suatu artikel pada tahun 2019 yaitu oranyenews.com mengatakan bahwa lipstik implora mengandung banyak sekali bahan kimia diantaranya merkuri dan hidrokinon.

Lipstik Implora jarang melakukan promosi seperti iklan di tv maupun melalui media sosial, banyak konsumen yang tidak mengetahui tentang lipstik implora di medsos, masyarakat desa pelaju cenderung lebih banyak mengetahui lipstik implora karena rekomendasi dari teman dan orang lain.

Dari fenomena diatas perusahaan lipstick Implora perlu melakukan inovasi dan mengembangkan kualitas dari produk, yang digunakan untuk bahan setiap produk kosmetik agar lebih baik lagi serta mempertimbangkan harga yang sesuai dengan mutu ataupun merek yang ditawarkan serta perlu adanya inovasi dalam mempromosikan produk, sehingga konsumen merasa puas dan dapat tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap lipstick Implora. Dengan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian lipstick implora di Kecamatan Rambutan.**

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang ditentukan di atas , maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kualitas produk, harga, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk lipstick Implora di Kecamatan Rambutan.

4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Lipstik Implora di Kecamatan Rambutan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk lipstick implora di Kecamatan Rambutan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menyusun strategi promosi yang lebih baik dan menambah informasi bagi perusahaan.

3. Bagi Mahasiswa

Diharapkan pula menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya serta bermanfaat pula bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya menyangkut kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dkk.2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Pt Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchori. 2020. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asiati, Diah Isnaini, dkk. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Penelitian (KTD) Anggota IKKAPI (No.012/SMS/13).
- Damayanti, Yuanita Asty. 2019. *Pengaruh Kualitas, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Lipstik Caring*
- Falaah, Anisatun. 2020. *Pengaruh Promosi Kualitas Produk, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen Wardah Exlusive Matte Lip Cream (studi kasus pada konsumen toko Agung Purwokerto)*.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Kotler, Philip. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmud, Kansa Fadhilah. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Pada Konsumen Lipstik Wardah Di Semarang)*.
- Sihombing, Iwan Kesuma . 2019. *Pemasaran Dan manajemen Pasar*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabetha.
- Suyonto, Danang. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Strategi Dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Services)
- Trihastuti, Arselina Endang. 2020. *Manajemen Pemasaran Plus*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

Nefa, Ayu, dkk. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta.*

Sumiati, Ummu Habibah. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura.*