PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP CREAM PIXY PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Ayu Indah Sari
NIM : 212018250

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP CREAM PIXY PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Nama : Ayu Indah Sari
NIM : 212018250

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Ayu Indah Sari
NIM	:	212018250
Konsentrasi	:	Sumber Daya Manusia
Judul Skripsi	:	Pengaruh Komitmen Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra Honda Motor (AHM) Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

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

Palembang, Februari 2023
Yang Menyatakan,

Ayu Indah Sari
NIM: 212018250

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	:	Ayu Indah Sari
NIM	:	212018250
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal:

Pembimbing I,

Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.
NIDN: 0216057001

Pembimbing II,

Mardiana Puspasari, S.E., M.Si.
NIDN: 0226107001

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain) dan ingat kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap".

(Q.S: Al Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulilah kepada SWT kupersembahkan teruntuk orang-orang yang kusayangi.

- Kedua orang tuaku Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan segalanya untuk membahagiakanku sampai kini dan membimbingku sampai menyelesaikan pendidikan S-1 tak pernah cukup membalas cinta ibu dan ayah kepadaku.
- Untuk saudara-saudaraku tersayang.
- Teman-teman Angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'a.
- Almamaterku.

PRAKATA

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillahi Rabbil ‘Alamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadirat Allah SWT yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**”. Allahumma Shalli ‘Ala Muhammad, penulis curahkan kehadirat junjungan umat, pemberi syafaat, penuntun jalan kebajikan, penerang dimuka bumi ini, seorang manusia pilihan dan teladan kita, Rasululah SAW, beserta keluarga, para sahabat dan pengikut beliau higga akhir zaman, Aamiin.

Penulis merasa sangat berhutang budi pada semua pihak atas kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga sewajarnya bila pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan semangat dan bantuan, baik secara materiil maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis menghaturkan terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga dan teristimewa kepada kedua orang tuaku, Ayahanda dan Ibunda tercinta yang merupakan motivator dalam hidupku dan pengorbanannya yang telah melahirkan, mengasuh, memelihara, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Selanjutnya ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan kepada yang terhormat:

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.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu sampai selesai Skripsi ini.
5. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., dan Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M., selaku penelaah Seminar Proposal terima kasih telah memberikan saran demi kesempurnaan Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.
7. Terima kasih kepada seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan izin dan bersedia sebagai responden dalam penelitian ini dan membantu memberikan saran pada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari ksempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis memohon ridho dan magfirah-Nya, semoga segala dukungan serta bantuan semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT. Semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca, Aamiin.

Palembang, Februari 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN SAMPUL DEPAN ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN v

PRAKATA vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 9

D. Manfaat Penelitian 10

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Landasan Teori 11

B. Penelitian Sebelumnya 24

C. Kerangka Pemikiran 26

D. Hipotesis 28

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 30

B. Lokasi Penelitian 31

C. Operasionalisasi Variabel 31

D. Populasi dan Sampel Penelitian 32

Halaman

E. Data yang Diperlukan 33

F. Metode Pengumpulan Data 34

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 35

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 42

B. Pembahasan 62

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 69

B. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Beberapa Produk Lip Cream Produksi dalam Negeri	2
Tabel I.2	Top Brand Award 2021 Kategori Lipstik	4
Tabel I.3	Daftar Harga Beberapa Macam Merek Lip Cream	5
Tabel I.4	Alasan Konsumen Tidak Menyukai Lip Cream Pixy	7
Tabel III.1	Variabel, Definisi, Indikator, dan Skala	31
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas	48
Tabel IV.2	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel IV.3	Identitas Responden Berdasarkan Program Studi	50
Tabel IV.4	Identitas Responden Berdasarkan Lama Memakai Lip Cream Pixy	51
Tabel IV.5	Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel IV.6	Kualitas Produk (X_1)	53
Tabel IV.7	Citra Merek (X_2)	55
Tabel IV.8	Harga (X_3)	56
Tabel IV.9	Hasil Regresi Liner Berganda	57
Tabel IV.10	Hasil Uji F (Uji Simultan)	59
Tabel IV.11	Hasil Uji t (Uji Parsial)	60
Tabel IV.12	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	61

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian
Lampiran 2. Kuesioner
Lampiran 3. Identitas Responden
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X_1)
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Citra Merek (X_2)
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Harga (X_3)
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Data Menggunakan Program *Statistical Product and Service Solutions* (*SPSS*) *Version 23,00 for Windows*
Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 10. Nilai r_{tabel} (Nilai r *Product Moment*)
Lampiran 11. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10
Lampiran 12. Titik Persentase Distribusi t (df = 81–120)

ABSTRAK

Ayu Indah Sari/212018250/2023/Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang? Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperlukan adalah primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) ada pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, 2) ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, 3) ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, 4) ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Ayu Indah Sari/212018250/2023/*The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchasing Decisions of Pixy Lip Cream Products in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang/Marketing Management*.

The formulation of the problem of this research is is there any effect of product quality, brand image, and price on purchasing decisions of Pixy Lip Cream for female students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang? This research includes associative research. The sample in this study were 100 people using a purposive sampling technique. The data needed are primary and secondary. The data collection method in this study is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis show that: 1) there is an effect of product quality, brand image, and price on the decision to purchase Pixy Lip Cream products for female students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, 2) there is an influence of product quality on purchasing decisions for Pixy Lip Cream products for female faculty students Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang, 3) there is an effect of brand image on the decision to purchase Pixy Lip Cream products for female students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang, 4) there is an influence of price on purchasing decisions for Pixy Lip Cream products for female students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang.

Keywords: *product quality, brand image, price, purchase decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kecantikan merupakan hal yang sangat diinginkan dan menjadi idaman oleh semua wanita. Karena orang yang memiliki wajah cantik dan dengan kulit yang sehat akan menjadi pusat perhatian, maka setiap wanita menjadikan kosmetik sebagai penunjang kecantikan mereka. Secara istilah, kosmetik berasal dari bahasa Yunani, yakni *kosmein* yang artinya berhias atau teknik berpakaian. Dapat disimpulkan bahwa kosmetik merupakan produk yang berguna untuk membersihkan, mempercantik dan mengubah penampilan tanpa mengubah fungsi dan struktur wajah, sehingga memunculkan daya tarik tersendiri. Tidak hanya wanita dewasa, para remaja pada era milineal ini menjadikan kosmetik sebagai sebuah keharusan untuk memiliki dan sebagai kebutuhan untuk memakainya.

Salah satu alat kosmetik adalah lip cream. Lip cream merupakan sediaan lipstik berbentuk cair yang dapat melembabkan bibir dalam waktu yang lama dibandingkan dalam bentuk padat, serta menghasilkan warna yang lebih merata pada bibir. Hal ini disebabkan kadar minyak yang tinggi dalam lip cream dapat membantu melembabkan bibir Janis lipstik ini cenderung mengandung lebih banyak kandungan lilin sehingga dapat berfungsi sebagai pelindung bibir dari sinar matahari langsung. Pada saat ini sediaan lip cream lebih diminati oleh konsumen karena dapat melembabkan bibir dalam waktu

yang lama dibandingkan dalam bentuk padat, juga membuat bibir menjadi lebih mengkilap serta menghasilkan warna yang lebih homogen atau merata pada bibir.

Indonesia memiliki banyak perusahaan lokal atau perusahaan dalam negeri sendiri yang menawarkan produk berjenis *lip cream matte* ini sudah barang tentu dengan nama merek, harga dan kualitas yang berbeda-beda. Berikut adalah tabel yang memuat yang nama merek, netto, harga dan kualitas produk ditawarkan dari beberapa produk *lip cream* yang diproduksi dalam negeri.

Tabel I.1
Beberapa Produk Lip Cream Produksi dalam Negeri

Nama Merek	Kualitas Produk yang Ditawarkan
Pixy Lip Cream (4gr)	Teksturnya *creamy*, lembut, melembabkan dan kandungan di dalamnya yang terasa ringan Dibibir serta tahan hingga 10 jam.
Wardah Exclusive Matte Lip Cream (4gr)	Teksturnya *creamy*, ringan, lembut dan tahan lama.
Make Over Intense Matte Lip Cream adalah Lip Cream Matte (6.5gr)	Mengandung Vitamin E & C sebagai antioksidan, kandungan pigmen super intens untuk aplikasi menyeluruh, tahan lama hingga 8 jam.
Maybellin Super Stay Matte Ink Lip Cream (10gr)	Dengan ink formula yang menghasilkan warna-warna intens, dan tahan lama hingga 16 jam.
Purbasari Hi-Matte Lip Cream (6,5gr)	Teksturnya sangat creamy, melembabkan dan kandungan di dalamnya ringan dibibir.

(Sumber: IDN Times, 2022).

Dari data di atas, dapat diketahui banyaknya merek *lip cream* yang berbeda-beda sedang beredar di pasar Indonesia. Dan hampir semua perusahaan kosmetik dalam negeri juga memproduksi lipstik jenis *lip cream* ini. Dengan adanya peredaran lipstik dengan jenis *lip cream* yang asalnya dari luar negeri. Sehingga untuk menghadapi persaingan pemasaran produk *lip cream* dari luar negeri tersebut, perusahaan kosmetik dalam negeri perlu berusaha lebih ekstra dalam menawarkan produknya kepada konsumen dalam negeri.

Top Brand Award adalah salah satu penghargaan atas merek yang banyak disukai konsumen. Merek-merek tersebut dikatakan terbaik atau Top menurut hasil survei penilaian tingkat nasional pada penjualan produk. *Top Brand* sendiri ada tiga macam yaitu *Top Brand Award, Top Brand For Kids* dan *Top Brand For Teens*. Penilaian *Top Brand* tidak hanya ada pada satu kategori saja, tetapi penilaian dilakukan dengan kategori-kategori yang lain.

Di dalam *Top Brand Award* ada salah satu macam *Top Brand* yang berisi kategori perawatan pribadi dengan merek terfavorit. Kategori perawatan pribadi diklasifikasikan kembali menjadi beberapa macam seperti *Body Cologne* (parfum) untuk pria dan wanita, sabun pembersih muka, bedak wajah, deodorant, lipstik, dan sebagainya. Disini peneliti mengambil data untuk bahan penelitian terkait citra merek dari Pixy untuk sub kategori lipstik terfavorit.

Berikut data Top Brand Award dari tahun 2021 dengan kategori lipstik sebagai berikut.

Tabel I.2
Top Brand Award 2021 Kategori Lipstik

Merek	TBI	TOP
Wardah	31,9%	TOP
Maybelline	11,6%	TOP
Revlon	7,5%	–
Pixy	5,6%	–
Viva	3,3%	–

(Sumber: Website Top Brand Award Tahun 2021)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa *Top Brand Award* pada tahun 2021 untuk kategori Lipstik, menunjukkan merek Pixy sebesar 5,6%. Pixy berada diurutan keempat setelah Revlon sebesar 7,5% dan wardah sebagai Top Brand sebesar 31,9%. Pixy tidak masuk dalam kategori lipstik terfavorit. Ditahun ini yakni tahun 2021 Pixy masuk dalam peringkat lima besar kategori merek lipstik terfavorit meski berada diurutan keempat.

Persaingan merek yang ketat oleh berbagai merek baik lokal maupun non lokal membuat Pixy tidak dapat menduduki posisi pertama pada *Top Brand Award* 2021 untuk kategori lipstik. Wardah misalnya yang merupakan merek lokal yang berhasil menduduki posisi pertama ditahun 2021 dan maybellin berhasil menduduki diposisi kedua yang merupakan merek non lokal pada tahun 2021. *Top Brand Award* bisa dikatakan sebagai alat ukur terhadap eksistensi sebuah merek yang diukur dengan skala nasional dan dengan segmen yang menyeluruh. Artinya, apabila segmen pasar tersebut dikerucutkan seperti untuk segmen pekerja, pelajar atau mahasiswa akan berbeda lagi hasilnya.

Untuk segi harga, Lip Cream Pixy memiliki harga yang tidak terlalu mahal atau setara dengan *lip cream* merek lokal lainnya. Harga Lip Cream Pixy sendiri ada dikisaran Rp 45.000,00 adapun produk *lip cream*. Pesaingnya yang harganya di atas Rp 45.000,00 yakni seperti *lip cream* merek Wardah, make over, maybelline, emina. Berikut daftar harga dari berbagai macam merek *lip cream*:

Tabel 1.3
Daftar Harga Beberapa Macam Merek Lip Cream

Nama Merek	Netto	Harga Produk
Pixy Lip Cream	4gr	Rp 45.000,00
Wardah Exclusive Matte Lip Cream	4gr	Rp 60.000,00
Make Over Intense Matte Lip Cream adalah Lip Cream Matte	6.5gr	Rp 58.000,00
Maybellin Super Stay Matte Ink Lip Cream	10gr	Rp 85.000,00
Purbasari Hi-Matte Lip Cream	6.5gr	Rp 50.000,00

(Sumber: Website IDN Times Tahun 2022).

Keputusan pembelian pada tiap-tiap konsumen terkadang juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan produk. Menurut Tjiptono harga diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar diperoleh hak atau kepemilikan atas suatu barang dan jasa. Harga dijadikan sebagai nilai yang harus dikeluarkan untuk kepemilikan pada suatu produk yang diinginkan.

Harga yang murah cenderung disukai konsumen karena mereka dapat lebih berhemat dan menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang lain. Seperti kalangan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada umumnya yang menyukai produk yang terjangkau dan kualitas bagus. Lip Cream Pixy yang memiliki harga

penawaran yang terjangkau juga menjadi alasan mereka untuk memilih dan membeli *lip cream* dengan merek tersebut. Menurut hasil observasi kecil pra penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menyukai Lip Cream Pixy karena harganya yang terjangkau atau sesuai dengan kantong mahasiswi, produk *lip cream*nya nyaman dipakai dan lumayan dapat bertahan lama. Untuk proses keputusan pembeliannya mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang tersebut mencoba terlebih dahulu *lip cream* milik teman atau saudaranya, lalu ketika mereka merasa cocok mereka memutuskan untuk membelinya.

Peneliti melakukan wawancara pra riset kepada 30 mahasiswi terhadap penilaian mahasiswi menggunakan produk Lip Cream Pixy, berdasarkan jawaban yang diperoleh ternyata ada 25 mahawiswi tidak menyukai lip cream pixy dan 5 mahasiswi menyukai lip cream pixy. Itu artinya mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang lebih banyak tidak menyukai lip cream pixy.

Ketika ditanya lebih lanjut mengapa tidak menyukai lip cream pixy, untuk jelasnya dapat ilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel I.4
Alasan Konsumen Tidak Menyukai Lip Cream Pixy

No.	Fenomena	Setuju	Tidak Setuju
1	Lip cream pixy memiliki kualitas produk yang tidak pigmented dan membuat bibir mejadi terasa kaku	25	5
2.	Lip cream pixy membuat bibir kering, tekstur bibir terlihat pecah, dan tidak begitu tahan lama	20	10
3	Lip cream pixy merupakan merek yang berkualitas standar dibandingkan dengan merek lokal lainnya	24	6
4	Harga Lip cream pixy tidak sesuai dengan perbandingan kualitas produk	27	3
5	Harga Lip cream pixy lebih mahal dibanding dengan produk Lip cream lokal lainnya	22	8

(Sumber: Hasil Pra Riset, 2022).

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel Kualitas Produk

Dari pernyataan di atas Lip cream pixy memiliki kualitas produk yang tidak pigmented dan membuat bibir mejadi terasa kaku yang memilih setuju sebanyak 25 responden dan yang memilih tidak setuju sebanyak 5 responden, Lip cream pixy membuat bibir kering, tekstur bibir terlihat pecah, dan tidak begitu tahan lama yang memilih setuju sebanyak 20 resonden dan yang memilih tidak setuju sebanyak 10 responden. Fenomena tersebut Menggambarkan indikator variabel produk. Dalam pemasaran produk sangat berperan penting karena berkaitan dengan kosumen, apabila kualitas produk baik tentu saja akan banyak diminati oleh konsumen.

2. Variabel Citra Merek

Pernyataan dari fenomena Lip cream pixy merupakan merek yang berkualitas standar dibandingkan dengan merek lokal lainnya yang memilih setuju sebanyak 24 responden dan yang memilih tidak setuju

sebanyak 6 responden. Fenomena Lip cream pixy merupakan merek yang berkualitas standar dibandingkan dengan merek lokal lainnya menggambarkan indikator citra merek. Citra merek adalah presepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, Seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.

3. Variabel Harga

Pernyataan dari fenomena Harga Lip cream pixy tidak sesuai dengan perbandingan kualitas produk yang memilih setuju sebanyak 27 responden dan yang memilih tidak setuju sebanyak 3 responden, Harga lip cream pixy lebih mahal dibanding dengan produk lip cream lokal lainnya yang memilih setuju sebanyak 22 responden dan yang memilih tidak setuju sebanyak 8 responden. Fenomena tersebut menggambarkan indikator variabel harga (*price*). Variabel harga merupakan pendekatan pemasaran dengan menetapkan lebih dari satu harga produk dengan tujuan menawarkan harga pada konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lip Cream Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.
2. Bagi Almamater

   Sebagai salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya khususnya terhadap kajian sejenis.
3. Bagi Peneliti Lainnya

   Dapat menjadi bahan referensi sebagai bahan pertimbangan jika melakukan penelitian yang serupa untuk masa yang akan datang.
4. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi, terutama mengenai kualitas produk, citra merek dan harga guna meningkatkan omset penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Annisa Ananda Tasia. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, Vol. 2 No. 1, Hlm. 74-85, Januari 2022.

Foster, B. (2018). *Manajemen Ritel*. Cetakan 1. Bandung: Alfabeta.

Francy Iriani. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 5, Nomor 6, Februari 2020.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, M. Iqbal. (2018). *Pokok-Pokok Materi Statistika 1*. (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, P dan G. Armstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Rini Widyawati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah. *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2021, Hal. 2221-2229, ISSN 2303-1174.

Silvia Nur Fitriana. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Jurnal Sebatik*, Vol. 22, No. 2, 4 Dec. 2018, pp. 56-63.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Yulianty. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis* (Kurs), Vol. 6 No. 2, Desember 2021 (142-155) e-ISSN 2527-8215.