

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATASHA SKINCARE
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Maharani Purnama

Nim : 212020320

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATASHA SKINCARE
DI KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG

Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang



Nama : Maharani Purnama

Nim : 212020320

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maharani Purnama

NIM : 212020320

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I 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.
3. 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.
4. 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, Maret 2024



Maharani Purnama

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare Di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Nama : Maharani Purnama

Nim : 212020320

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

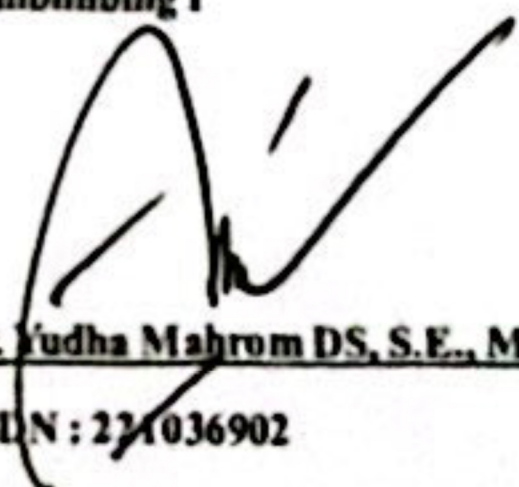
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan

Pada tanggal, Februari 2024

Pembimbing II

Pembimbing I


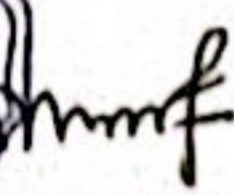

Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.SI.
NIDN : 221036902



Nadia Afrilliana, S.E., M.Si
NIDN : 0219048501

Mengetahui

Dekan


Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zohrah Trihandayani, S.E., M.SI.

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

“Gonna Fight and don’t stop, until you are proud”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu.

Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar.

Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”

Persembahan:

- ❖ Ayahku tercinta Idrus dan ibuku tercinta Markona
- ❖ Terimakasih atas doa dan dukungannya, Love You...
- ❖ Kakakku Nurhayati, S.E dan Anggraini, S.E.
- ❖ Dosen Pembimbingku
- ❖ Almamater yang ku banggakan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalammu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah rabbil'aalaamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhannahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan selalu diberi kemudahan dan kelancaran berupa Kesehatan, keuangan, waktu dan iman islam Alhamdulillah menjadi salah satu factor terpenting dalam penyelesaian penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang”** ini. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam yang menjadi role model, idola dan kebanggaan bagi penulis beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu membantu dalam jerih payahnya, keringatnya dan doa serta harapannya yang selalu memberikan semangat untuk memotivasi saya agar dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu. Teruntuk ibuku tercinta Markona yang telah tak pernah lepas dari doa dalam setiap sujudnya untuk kemudahan saya dalam segala langkah saya. Tak lupa kepada Ayahanda saya Idrus yang telah berjuang dan tak pernah mengeluh dalam hal materi dan apapun itu sehingga membuat saya semangat dalam menyelesaikan Pendidikan saya.

Terima kasih pula saya ucapkan kepada kedua kakakku Nurhayati, S.E dan Anggraini, S.E yang senantiasa selalu mendoakan serta yang selalu memberikan semangat serta dukungan secara moril maupun materil yang memiliki makna besar dalam proses ini.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan,

dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.M dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan, mengajarkan, membimbing serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Amidi, S.E, M.Si selaku penelaah I dan Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku penelaah II.
7. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen dan Seluruh Staf di Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah mampu kooperatif dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih karena selalu berpikir positif Ketika keadaan sempat tidak berpihak dan selaluu berusaha mempercayai diri sendiri hingga akhirnya saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri saya sendiri.
9. Terima kasih kepada sahabat – sahabat saya Aldi Wijaya, Tiara Febiani, Septi Amelia yang selalu mengingatkan kepada Sang Pencipta untuk selalu bersyukur, berusaha, focus dan berserah.
10. Terimakasih kepada teman - temanku tercinta Rika Apriyanti, S.Ak, Icha, Febi

Anggara, S.Pd, Joe, Wiwit, Turyati, Nurul Meilani, Desti Azahra Kurnia, Desti Ayuni Safitri, Deska Syaputri, Wayan Else yang selalu menyemangati dan menjadi inspirasi saya untuk mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sejak awal masa perkuliahan hingga terselesaikannya perkuliahan ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Palembang, Mei 2024

Penulis,

Maharani Purnama

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Kualitas Produk.....	15
3. Harga	20
4. Citra Merek	23
B. Peneliti Sebelumnya	26
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	33
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Operasionalisasi Variabel.....	36
D. Populasi dan Sampel.....	37

E. Data yang Diperlukan	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	39
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
2. Gambaran Umum Karakteristik Responden	53
3. Hasil Uji Instrumen.....	56
4. Hasil Gambaran Umum Jawaban Responden.....	59
5. Teknik Analisis	70
6. Analisis Data.....	71
7. Koefisien Determinasi	74
B. Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Index.....	5
Tabel I.2 Hasil Pra Riset.....	6
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan.....	30
Tabel III.1 Operasional Variabel	36
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel IV.2 Hasil Uji Reabilitas.....	57
Tabel IV.3 Jawaban Responden Variabel Y.....	59
Tabel IV.4 Jawaban Responden Variabel X1.....	62
Tabel IV.5 Jawaban Responden Variabel X2.....	65
Tabel IV.6 Jawaban Responden Variabel X3.....	68
Tabel IV.7 Hasil Analisis Linier Berganda	70
Tabel IV.8 Hasil Uji F.....	72
Tabel IV.9 Hasil Uji t.....	73
Tabel IV.10 Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar IV.1 Jenis Kelamin Responden	54
Gambar IV.2 Usia Responden.....	54
Gambar IV.3 Lama Pemakaian Responden	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien
- Lampiran 6 Tabel Distribusi F
- Lampiran 7 Tabel Distribusi t
- Lampiran 8 Tabel Distribusi r
- Lampiran 6 Fotocopy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Fotocopy Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 8 Plagiarsm Checker
- Lampiran 9 Fotocopy Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Qur'an
- Lampiran 10 Fotocopy Sertifikat SPSS
- Lampiran 11 Fotocopy Sertifikat SKPI Telkomsel
- Lampiran 12 Fotocopy Sertifikat Pelatihan Pengelolaan Bisnis
- Lampiran 13 Fotocopy Sertifikat Marketing
- Lampiran 14 Fotocopy Sertifikat Komputer
- Lampiran 15 Fotocopy Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 16 Fotocopy Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 17 Fotocopy Sertifikat Gapura Digital
- Lampiran 18 Fotocopy Sertifikat TOEFL
- Lampiran 19 Fotocopy Sertifikat Magang BRI
- Lampiran 20 Biodata Penulis

ABSTRAK

Maharani Purnama/ 212020320, Yudha Mahrom DS , Nadia Afrilliani, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Penelitian Ini dilakukan untuk menjawab masalah yang ada yaitu Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Tujuannya Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Secara Simultan dan Parsial menyatakan bahwa adanya Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian Asosiatif. Tempat penelitian dilakukan di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Data yang digunakan yaitu Data Primer. Metode Pengumpulan Data Yang Digunakan Dalam penelitian ini Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji T Oleh *Statistic Program For Special Science (SPSS)*. Hasil Penelitian Menyatakan Bahwa Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Kata Kunci : Kualitas Produk , Harga , Citra Merek , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Maharani Purnama/ 212020320, Yudha Mahrom DS , Nadia Afrilliani, The Effect Of Product Quality, Price And Brand Image On Purchase Decisions For Natasha Skincare In Seberang Ulu II District, Palembang City

His Research Was Conducted To Answer Existing Problems, Namely How Product Quality, Price And Brand Image Influence The Decision To Purchase Natasha Skincare In Seberang Ulu II District, Palembang City. The Aim Is To Determine The Influence Of Product Quality, Price And Brand Image On Purchasing Decisions For Natasha Skincare In Seberang Ulu II District, Palembang City. The Type Of Research Used Is Associative Research. The Place Of Research Was Carried Out In Seberang Ulu II District, Palembang City. The Data Used Is Primary Data. Data Collection Methods Used In This Research Classical Assumptions, Coefficient Of Determination, Multiple Linear Regression Analysis, F Test And Dobanru T Test By The Statistics Program For Special Science (SPSS). The Research Results State That Product Quality, Price And Brand Image Influence The Decision To Purchase Natasha Skincare In Seberang Ulu II District, Palembang City.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perawatan kulit menjadi kebutuhan persaingan bisnis dalam era globalisasi ini sangat ketat, di mana setiap perusahaan diuntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadikan suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik pihak pembeli atau pun pihak perusahaan.

Cantik merupakan kunci utama bagi kaum wanita yang dapat menjadi wanita lebih percaya diri. Meningkatnya daya beli masyarakat indonesia sangat berpengaruh terhadap industri bisnis di Indonesia untuk semakin berkembang. Salah satu industri yang sedang berkembang adalah industri kecantikan yang sangat penting baik wanita maupun pria. Di indonesia sendiri industri kecantikan sudah mencapai ribuan. Hal ini menjadi tantangan bagi masyarakat indonesia untuk pintar memilih produk kecantikan yang tepat, aman, dan berkualitas. Konsumen akan lebih selektif dalam memilih

produk dan jasa yang di tawarkan sesuai dengan apa yang di butuhkan dan diinginkan.

Saat ini, persaingan antar merek semakin ketat sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Agar tetap bertahan, maka produsen harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen terutama cara untuk mempertahankan kesetiaan konsumennya.

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Menurut Laksana (2019:1) Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk pada suatu tempat tapi lebih pada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Begitu pula dengan persaingan klinik kecantikan yang semakin banyak pesaing di indonesia. Perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, keinginan, dan kepuasan para konsumen sehingga menciptakan keputusan pembelian produk tersebut. Brand merupakan salah satu elemen yang berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan loyalitas konsumen.

Keputusan pembelian adalah suatu alasan yang mendorong bagaimana konsumen untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai yang dibutuhkan (Fandy Tjiptono, 2016:22). Kemudian keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan Perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Maka dari itu faktor utama yang penting menjadi pertimbangan pelanggan adalah Kualitas Produk. Kualitas Produk menurut Kotler dan Armstrong (2014:231) adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Harga juga merupakan salah satu faktor utama konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian. Harga adalah kesamaan sebuah nilai tukar dengan uang ataupun barang lainnya agar mendapatkan manfaat dari sebuah barang ataupun jasa untuk

individu ataupun kelompok di waktu serta tempat tertentu (Tjiptono, 2020). Konsumen akan mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya selanjutnya bersedia membayar lebih banyak untuk kenyamanan dari kualitas produk yang di belinya. Harga akan cenderung menuntut kualitas produk barang tersebut, terutama konsumen wanita lebih mengutamakan harga yang sesuai dengan kualitas produk tersebut.

Citra merek yang juga sangat penting bagi konsumen untuk menentukan pilihanya dalam keputusan pembelian suatu produk. Menurut Tjiptono (2015: 49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan. Suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen bahkan memenuhi dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaanya. Mengembangkan citra produk dalam pikiran konsumen menjadi strategi yang sangat penting bagi perusahaan karena produk yang memiliki citra kuat dalam memori jangka panjang, lebih banyak di sukai konsumen ketika membeli suatu produk pada saat produk tersebut di butuhkan. Ketika konsumen sudah memiliki persepsi citra produk dengan baik maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian konsumen dalam memilih bukan terjadi begitu saja. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas produk, harga dan citra merek. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan dan penurunan penjualan suatu produk berdasarkan hasil survei (*Top Brand Index*) di Indonesia kategori klinik kecantikan/perawatan kulit Tahun 2022-2023 yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Klinik Kecantikan/Perawatan Kulit Tahun 2022-2023

Merek	Tahun 2022	Tahun 2023
Erha Clinic	33.40	31.70
Natasha Skin Care	24.00	20.40
ZAP Clinic	9.40	7.00
MS Glow	3.20	4.60
London Beauty Center	3.00	2.50

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel tersebut tampak dilihat bahwa setiap produk akan mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan. Penurunan yang dialami Perusahaan diantaranya Perawatan kulit merek Natasha Skincare dapat dilihat pada Top Brand Index tahun 2022 dimana perawatan kulit merek Natasha Skincare tersebut berada di 24.00% menjadi 20.40% di tahun 2023. Oleh karena itu

Peneliti telah melakukan pra riset kepada 30 masyarakat untuk mengetahui alasan mengapa Natasha Skincare kurang diminati Masyarakat terhadap keputusan pembelian Natasha Skin Care di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang yang dapat di lihat pada Tabel berikut ini:

Tabel I.2
Hasil Pra Riset pada Kecamatan Seberang Ulu II
Kota Palembang

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Saya membeli produk Natasha Skin Care karna sudah mempertimbangkan Natasha Skin Care	20	10
2.	Saya akan merekomendasikan produk Natasha Skin Care kepada teman	9	21
3.	Natasha Skin Care menjadi prioritas utama saya apabila ingin membeli produk perawatan kulit	15	15
4.	Hasil yang diberikan Natasha Skin Care sesuai dengan keinginan pelanggan	10	20
5.	Natasha Skin Care dapat merawat berbagai jenis kulit wajah	8	22
6.	Skin Care Natasha cocok untuk kulit wajah dari remaja hingga dewasa	6	24
7.	Saya merasa Kinerja Produk Skin Care Natasha sangat memberi efek yang begitu cepat	7	23
8.	Harga produk Natasha Skin Care terjangkau	10	20
9.	Harga produk Natasha Skin Care lebih murah dibandingkan produk sejenis	10	20
10.	Harga yang ditawarkan Natasha Skin Care sesuai dengan manfaat yang didapat oleh konsumen	9	21
11.	Dimata saya dan masyarakat, produk Natasha Skin Care mempunyai citra positif	10	20
12.	Natasha Skin Care mempunyai ciri khas tersendiri dalam hal produk yang berkualitas	7	23
13.	Merek Natasha banyak sudah banyak dikenal orang	5	25
14.	Banyak manfaat yang diperoleh baik setelah menggunakan produk Natasha Skin Care	8	22

Sumber : Pra Riset pada Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang,2023

Berdasarkan hasil pra riset pada Tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa pada variabel Kualitas Produk Responden berpendapat apabila dilihat dari segi kualitas produk, masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II rata-rata menjawab tidak setuju. Hal ini dikarenakan konsumen akan memilih kualitas produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk tersebut maupun berdasarkan informasi yang di peroleh melalui berbagai sumber.

Lalu mengenai harga pada pra riset tersebut Masyarakat rata-rata menjawab tidak setuju karena harga akan cenderung menuntut kualitas produk barang tersebut, terutama konsumen Wanita lebih mengutamakan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen untuk mempertimbangkan keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya, selanjutnya bersedia membayar lebih banyak untuk kualitas produk yang dibelinya.

Pernyataan dari Citra Merek juga sangat penting bagi konsumen, pada pra riset tersebut jawaban rata-rata tidak setuju. Citra Merek penting bagi konsumen untuk menentukan pilihannya

dalam keputusan pembelian suatu produk. Citra Merek merupakan persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan bahwa yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

3. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
4. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Natasha Skincare di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh.

2. Bagi Almamater

Sebagai salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya khususnya terhadap kajian sejenis.

3. Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih skincare dari segi Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek sehingga sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap, 2017. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ahmad dkk (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arrisma Arsentin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. *E-Journal Repository UM-Palembang Tahun 2023*.
- Asiati, D.I, dkk (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Ayu Indah Sari, (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Pixy Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. *E-Journal Repository UM-Palembang Tahun 2023*.
- Diah Isnaini A, dkk. 2019: *Metodelogi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*. Penerbit: Salemba Empat.
- Digwiseio, Kumba. (2017). *Metodelogi Penlitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Hasan, I. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. PT. Remaja Rosdakarya.Judge, R. &. (2015). *Perilaku Organisasi (16th ed.)*. Salemba Empat.
- Fandy, Tjiptopo. (2016) *Definisi Kualitas Produk dan Indikator Manajemen Pemasaran (Online)://Vol.12 Noor 1 Tahun 2018*
- Fandy, Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Bayumedia Publishing.
- Kotler dan Armstrong, 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Sari Dewi, L.G., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image And Brand Awareness On Prchase

- Decision Of Patene Shampoo In Surabaya, Indonesia. *Shs Web Of Conferens*, 76, 01023. *Shs Web Of Conferens*, 76, 01023.
- Selly Yulia, Sari Listorini, Ari Pradhanawati. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skin Care (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Care Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.12, No. 1 2023 e-ISSN 2746-1297.
- Siti, Fifi. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Natasha Skin Care Lippo Cikarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen. Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangs*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4 ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand. 2023. Top Brand Index Katagori Laptop/Notebook/PC www.Topbrandaward.com 2023
- Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Dkk. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.