

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK PIXY DI KELURAHAN
GANDUS KOTA PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Linka Meyitin

NIM : 212022206

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2026

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK PIXY DI KELURAHAN
GANDUS KOTA PALEMBANG

Untuk Memperoleh Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Linka Meyitin

Nim : 2120222206

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Linka Meyitin
NIM : 212022206
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota 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.
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 dengan 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 di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2026


METERA
TEMPER
JFANX284788396

Linka Meyitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Gandus Kota Palembang.
Nama : Linka Meyitin
NIM : 212022206
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsenterasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, April 2026

Pembimbing I,



Amidi, S.E., M.Si.
NIDN : 229056502

Pembimbing II,



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

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu”.

(Qur'an Surah Al Baqarah 216)

“Jadikan akhirat di hatimu, dunia di tanganmu, dan kematian di pelupuk matamu”.

(Imam Syafii)

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

(Ali Bin Abi Thalib)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang sangat penulis cintai dan sayangi, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak terakhirnya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya.

- ❖ Kepada Ayahanda tercinta (Herwandi)
dan Ibunda tercinta (Repiana).
- ❖ Kakak perempuanku tercinta Riska
Agustin serta Keluarga Besarku.

PRAKATA



Assalamu 'alaikum warrahmatullahi wabarrakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt sebagai rasa syukur atas segala nikmat, rahmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY Di Kelurahan Gandus Kota Palembang”. Dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan untuk menyelesaikannya. Serta penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Herwandi dan Ibunda Repiana yang telah mendidik, memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, mendoakan agar diberikan kelancaran urusan dan memberikan motivasi untuk penulis serta banyak hal yang mereka perjuangan untuk saya.

Terima kasih pula kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. 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. CHRO. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Bapak Dr. Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si selaku Dosen II yang telah membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
6. Dr.Fadhil Yamaly, S.E.AK., M.M, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama dibangku perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
8. Kedua Orang Tua Saya tersayang Herwandi dan Repiana, orang tua yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tak henti-hentinya mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Nenek ku tersayang Kosia, Baidi, Mulyati dan Alm Bohari yang tak berhenti mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kakak ku tercinta Riska Agustin beserta suami Didi Novaleon yang selalu memberiku dukungan dan suportnya.
11. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terbaikku Mutiara, Erin, Nadia, Ulan, Septa, Cicay, dan juga untuk teman seperjuanganku Tika, Fika, Niken, Nadia, Tiur, Tia, Andelia, dan Noval, Doni, Hombang yang telah saling support hingga sampai titik sekarang.
12. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, pada semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca skripsi ini, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih.

Palembang, April 2026

Linka Meyitin
NIM 21202220

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
TANDA PENGESAHAN USULAN PENELITIAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	xi
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Kerangka Pemikiran.....	25
C. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Operasionalisasi Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel	32
E. Data Yang Diperlukan.....	34
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46

A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan.....	65
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran	76

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Bedax Fixy	4
Tabel II.1 Hasil Pra Riset Bedax Fixy di Kelurahan Gandus Kota Palembang 2025	36
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	31
Tabel IV.1 Uji Validitas	48
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	49
Tabel IV.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel IV.5 Keputusan Pembelian	51
Tabel IV.6 Jawaban Responden Kualitas Produk (X1)	53
Tabel IV.7 Jawaban Responden Promosi (X2)	54
Tabel IV.8 Regresi Linier Berganda	56
Tabel IV.12 Hasil Uji f (Simultan)	58
Tabel IV.13 Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel IV.14 Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar IV.3 Karakteristik berdasarkan usia	51
Gambar IV.4 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	51
Gambar IV.3 Karakteristik berdasarkan usia	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Jadwal Penelitian
- Lampiran 2: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3: Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4: Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5: Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8: Tabel F
- Lampiran 9: Tabel t
- Lampiran 10: Tabel r
- Lampiran 11: Surat Keterangan Lunas BPP
- Lampiran 12: Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Kelurahan Gandus Kota Palembang
- Lampiran 13: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14: Hasil Cek Plagiarisme (Turnitin)
- Lampiran 15: Sertifikat Al-Islam dan Kemuhammadiyah (AIK)
- Lampiran 16: Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 17: Sertifikat Aplikasi Komputer dan Bisnis
- Lampiran 18: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
- Lampiran 19: Sertifikat SKPI Pelatihan Public Speaking
- Lampiran 20: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
- Lampiran 21: Sertifikat SKPI Pelatihan Social Media Management
- Lampiran 22: Sertifikat Pelatihan SPSS
- Lampiran 23: Biodata Penelit

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang / Linka Meyitin / 212022206 / 2026 / Manajemen Pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang, dan promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,876. Artinya kontribusi variabel kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang sebesar 87,6%, sedangkan sisanya sebesar 12,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City / Linka Meyitin / 212022206 / 2026 / Marketing Management.

This study aims to determine the effect of product quality and promotion on purchasing decisions of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City, both simultaneously and partially. This research is an associative study. The variables used in this research are product quality, promotion, and purchasing decisions. The sample consisted of 100 respondents determined using a nonprobability sampling technique with purposive sampling method. The data used were primary data collected through questionnaires. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results showed that simultaneously product quality and promotion have a significant effect on purchasing decisions of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City. Partially, product quality has a significant effect on purchasing decisions of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City, and promotion also has a significant effect on purchasing decisions of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City. The coefficient of determination shows that the R Square value is 0.876. This means that the contribution of product quality (X1) and promotion (X2) variables to purchasing decisions (Y) of PIXY Powder in Gandus Subdistrict, Palembang City is 87,6%, while the remaining 12,4% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: product quality, promotion, and purchasing decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini, persaingan bisnis semakin ketat seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya jumlah produk sejenis di pasaran. Karena itu pemasaran memegang peranan yang sangat penting supaya produk yang dijual dapat bertahan di pasar. Melalui pemasaran yang tepat perusahaan dapat memahami kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat, yang tidak hanya berfokus pada upaya untuk menarik konsumen, tetapi juga bagaimana mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, baik melalui peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, dan promosi yang menarik.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), Pemasaran merupakan kegiatan yang mencakup proses penciptaan, pendistribusian, promosi, serta penetapan harga atas barang, jasa, dan ide dengan tujuan mempermudah terjadinya pertukaran yang memberikan kepuasan bagi pelanggan. Selain itu, pemasaran juga bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya dalam situasi lingkungan yang terus berubah.

Menurut Rahmawati (2016:33), Kajian yang sering dibahas dalam pemasaran salah satunya adalah perilaku konsumen. Perusahaan harus selalu melihat perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen untuk memperbaiki strategi pemasarannya, karena tujuan

dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan laku terjual dan konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkan. Perilaku Konsumen merupakan hal yang mendasari konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu Anda sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan Anda beli, mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan, dan lain sebagainya. Kegiatan memikirkan mempertimbangkan dan mempertanyakan barang sebelum membeli itu termasuk dalam perilaku konsumen.

Menurut Buchari Alma. (2020:96), dalam kegiatan bisnis, pemasar berharap bahwa tindakan konsumen akan berakhir pada keputusan membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi promosi, *physical evidence*, *people* dan proses. 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 dan promosi.

Menurut Yan, Sengupta, dan Wyer dalam Suryati, (2015:23), dalam persaingan pasar saat ini, konsumen semakin selektif dalam memilih produk karena banyaknya pilihan yang tersedia di pasar. Mereka cenderung memperhatikan kualitas produk sebelum memutuskan untuk membeli. Kualitas produk adalah suatu kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik di lihat

dari *package size*, *perceived*, *quality*, *performance*, dan *design* yang memang benar-benar bagus menurut pandang konsumen. Oleh karena itu, perusahaan berusaha mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing

Menurut Iwan Kesuma Sihombing dan Ika Sari Dewi, (2019:115), Sebagai pembisnis harus terus berinovasi, supaya bagaimana produk yang dijual dapat menarik perhatian konsumen di pasar. Salah satunya adalah dengan cara melakukan promosi. Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran. Promosi merupakan salah satu faktor penentuan keberhasilan suatu program pemasaran. Begitupun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka tidak akan pernah membelinya.

Produk kosmetik saat ini menjadi suatu kebutuhan yang wajib digunakan sehari-hari khususnya oleh konsumen wanita. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan produk kosmetik yang ada di Indonesia, baik produk kosmetik dari dalam maupun luar negeri. Saat ini kosmetik sudah menjadi kebutuhan wanita sebagai penunjang penampilan. Persaingan kosmetik semakin hari semakin meningkat, hal ini dikarenakan semakin luasnya pasar, tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan kosmetik dalam menghadapi persaingan. Berbagai cara telah dilakukan perusahaan untuk mempertahankan pasarnya, salah satunya dengan cara mempelajari dan memahami perilaku konsumen.

Di Indonesia saat ini, industri kosmetik berkembang dengan sangat pesat. Banyak perusahaan baru yang bermunculan dan ikut bersaing untuk merebut perhatian serta kepercayaan konsumen. Persaingan tersebut tidak hanya berasal dari perusahaan lokal, tetapi juga dari berbagai merek luar negeri yang mulai melihat Indonesia sebagai pasar yang potensial. Salah satu produsen kosmetik dari luar negeri yang cukup dikenal adalah PIXY, yang hadir dengan berbagai produk kecantikan dan turut meramaikan kompetisi di pasar kosmetik Indonesia. Kehadiran beragam merek ini membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan, sekaligus mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasarannya.

Berdasarkan data dari top brand index tahun 2025. Bedak PIXY berada pada peringkat terakhir dari total delapan brand produk bedak yang masuk top brand. Posisi Bedak Pixy Dikalahkan Oleh Para Kompetitornya Seperti, Wardah, Make Over, Marcks, Viva, Marina, Dan Revlon.

Tabel I.1
Top Brand Bedak PIXY

BRAND	TBI	
Wardah	14.80%	TOP
MAKE OVER	12.70%	TOP
Marcks	11.20%	TOP
MAYBELINE	6.70%	
Viva	5.40%	
Marina	4.90%	
Revlon	4.80%	
PIXY	4.40%	

Sumber: Top Brand Award 2025.

Top Brand Index adalah ukuran yang menunjukkan seberapa kuat suatu merek diingat, digunakan, dan diminati oleh konsumen dalam kategori produk

tertentu di pasar Indonesia. Tabel I.1 menampilkan data Top Brand Index (TBI) untuk kategori bedak berdasarkan *Top Brand Award 2025*.

Mengacu pada tabel top brand diatas, Bedak Wardah memimpin top brand pada tahun 2025, peringat kedua make over, ketiga marcks, keempat maybeline, kelima viva, keenam marina, ketujuh revlon, dan yang terakhir PIXY. Bedak PIXY tertinggal dan berada di top brand terakhir, ada beberapa alasan mengapa PIXY masih tertinggal, yaitu Bedak PIXY tidak memiliki daya tahan yang lama saat digunakan, masih kurangnya promosi di berbagai media sehingga membuat banyak orang tidak terlalu mengenal Bedak PIXY membuat konsumen membeli Bedak sesuai dengan selera mereka.

PIXY merupakan merek kosmetik yang menyediakan rangkaian lengkap produk kecantikan wanita, mulai dari skincare, base makeup, hingga makeup dekoratif. Merek ini dikembangkan dengan konsep kecantikan perempuan Asia, sehingga tidak hanya dikenal di Indonesia, tetapi juga diterima dengan baik di beberapa negara Asia lainnya seperti Malaysia.

Pengembangan setiap produk PIXY selalu berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen, agar dapat menghasilkan produk yang relevan dan sesuai dengan tren kecantikan. Perjalanan PIXY di industri kosmetik dimulai pada tahun 1987 dengan peluncuran produk PIXY Moisturizing Lipstick, diikuti dengan peluncuran Eye Makeup pada tahun 1991. Selanjutnya, pada tahun 1995, PIXY menghadirkan PIXY *UV Whitening Two-Way Cake* yang menjadi salah satu produk unggulan dan dikenal luas di pasaran.

Bedak PIXY merupakan salah satu produk makeup yang dapat memperkuat riasan wajah. Produk ini digunakan untuk memberikan hasil akhir yang halus, mengurangi kilap berlebih, serta membuat wajah tampak lebih segar dan natural. Fungsi utamanya adalah untuk membantu menyerap minyak berlebih, mempertahankan riasan agar lebih tahan lama, dan memberikan tampilan kulit yang lembut serta merata, tergantung pada kebutuhan dan selera masing-masing pengguna.

Untuk mengetahui lebih jelas lagi tanggapan konsumen dilakukan riset mengenai kosmetik Bedak PIXY. Peneliti melakukan Pra riset dengan membuat kuesioner kepada 30 responden yang merupakan masyarakat Kelurahan Gandus di Kota Palembang. Jawaban responden di tampilkan dalam tabel berikut:

Tabel I.2
Hasil Pra riset Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang 2025

No	Pernyataan	Ya	Tidak
Keputusan Pembelian			
1	Saya melakukan pembelian Bedak PIXY karena banyak pilihan produknya.	11	19
2	Saya melakukan pembelian Bedak PIXY karena produk yang beragam.	13	17
3	Saya melakukan pembelian Bedak PIXY karena waktu pembelian tidak terbatas	13	17
Kualitas Produk			
4	Bedak PIXY memiliki <i>design</i> yang menarik Bedak PIXY memiliki daya tahan yang baik saat digunakan	20	19
5	Kualitas produk Bedak PIXY bagus	23	18
6	Bedak PIXY memiliki <i>design</i> yang menarik Bedak PIXY memiliki daya tahan yang baik saat digunakan	22	19
Harga			
7	Harga Bedak PIXY sesuai dengan fungsi dan kegunaanya	23	7
8	Produk Bedak PIXY memberikan nilai lebih dibandingkan dengan produk lain dalam kategori yang sama	19	11
9	Bedak PIXY memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya	20	10
Distribusi			
10	Bedak PIXY mudah ditemukan di toko sekitar	20	10
11	Bedak PIXY didistribusikan secara merata ke semua daerah	18	12
12	Distributor PIXY membantu memahami panduan produk dengan mudah	16	14
Promosi			
13	Promosi yang secara terus-menerus membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian Bedak PIXY	10	20
14	Melihat tampilan Iklan yang secara terus menerus melalui media sosial membuat saya ingin membeli Bedak PIXY	13	17
15	Bedak PIXY sering ditemui ditoko dengan promosi melalui brosur.	13	17
JUMLAH RESPONDEN		30	

Sumber: Hasil Pra riset dengan 30 responden, di Kelurahan Gandus di Kota Palembang, 2025

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan terhadap 30 responden di Kelurahan Gandus Kota Palembang, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian Bedak PIXY dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sebagian responden menyatakan bahwa mereka melakukan pembelian Bedak PIXY karena produk ini memiliki banyak pilihan, dengan jumlah 11 responden yang setuju dan 19 responden tidak setuju. Selain itu, 13 responden menyatakan setuju bahwa keputusan pembelian mereka didorong oleh keberagaman produk yang ditawarkan oleh PIXY, sedangkan 17 responden tidak setuju. Faktor waktu pembelian yang tidak terbatas juga menjadi alasan bagi sebagian responden, di mana terdapat 13 orang yang setuju dan 17 orang tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih belum menjadikan keberagaman pilihan produk maupun fleksibilitas waktu pembelian sebagai faktor utama dalam memutuskan membeli Bedak PIXY.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap Bedak PIXY. Berdasarkan hasil pra riset, diketahui bahwa 11 responden setuju bahwa desain produk Bedak PIXY menarik, sedangkan 19 responden tidak setuju. Selain itu, 12 responden setuju bahwa responden tidak Bedak PIXY memiliki daya tahan yang baik saat digunakan, tetapi 18 setuju. Sebanyak 11 responden setuju bahwa kualitas produk Bedak PIXY secara keseluruhan tergolong bagus, namun 19 responden tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai kualitas Bedak PIXY masih belum memenuhi harapan mereka, baik dari segi desain kemasan, ketahanan produk, maupun kualitas keseluruhan.

Promosi juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam mendorong konsumen untuk membeli Bedak PIXY. Berdasarkan hasil pra riset, diketahui bahwa 10 responden setuju bahwa promosi yang dilakukan secara terus-menerus membuat mereka tertarik untuk membeli produk ini, sedangkan 20 responden tidak setuju. Selain itu, 13 responden setuju bahwa tampilan iklan yang sering muncul di media sosial maupun televisi membuat mereka tertarik membeli Bedak PIXY, sementara 17 responden tidak setuju. Promosi melalui media cetak seperti brosur juga dinilai oleh 13 responden yang setuju, sementara 17 responden tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden belum merasakan dampak promosi yang kuat dari PIXY, baik melalui media sosial, televisi, maupun brosur di toko.

Dari fenomena di atas, perusahaan Bedak PIXY perlu melakukan inovasi dan mengembangkan kualitas dari produk, serta memperbaiki bahan dan formulasi agar dapat lebih bersaing di pasaran. Selain itu, diperlukan strategi promosi yang lebih menarik dan efektif sehingga konsumen merasa tertarik dan puas dalam melakukan keputusan pembelian terhadap Bedak PIXY. Dengan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah Pengaruh yang Signifikan Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang?
2. Adakah Pengaruh yang Signifikan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang?
3. Adakah Pengaruh yang Signifikan Kualitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang.
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang.
3. Pengaruh Kualitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak PIXY di Kelurahan Gandus Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari perkuliahan yang telah diterima dan dipraktikkan ke dalam penelitian yang sebenarnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asiati, dkk. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Daga, R. 2017. *Manajemen Kualitas Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasan, Iqbal. 2015. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensial)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismanto. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2019. *Principles of Marketing* (Edisi ke-18). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2015. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (Edisi ke-16). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2020. *Marketing Management* (Global Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Loudon, David L., dan Albert J. Della Bitta. 2019. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York: McGraw-Hill.
- Machali, Imam. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press.
- Radjab, Enny, dan Andi Jam'an. 2017. *Metode Penelitian untuk Ilmu Sosial*. Makassar: Lembaga Perpustakaan Universitas.
- Rahmawati. 2016. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Ronaldo. 2022. *Statistik Inferensial untuk Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sihombing, Iwan Kesuma, dan Ika Sari Dewi. 2019. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati. 2015. *Perilaku Konsumen dan Kualitas Produk*. Jakarta: Kencana.
- Yan, R., Sengupta, J., dan Wyer, R. 2015. Konsep kualitas produk. Dalam Suryati, *Perilaku Konsumen dan Kualitas Produk*. Jakarta: Kencana.