

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kualitas produk, harga, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk Somethinc. Berdasarkan hasil analisis, peneliti dapat menyimpulkan temuan sebagai berikut:

- a) Variabel kualitas produk (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc (Y), khususnya di Yogyakarta. Meskipun semakin baik kualitas produk yang dimiliki, namun tidak memengaruhi secara signifikan tingkat keputusan pembelian produk Somethinc.
- b) Variabel Harga (X2) secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Somethinc (Y), terutama di Yogyakarta. Semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh perusahaan jika dibandingkan dengan produk sejenis yang berkualitas, semakin tinggi kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.
- c) Variabel citra merek (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc (Y), terutama di Yogyakarta. Semakin positif citra merek suatu produk, semakin mudah produk tersebut dikenali dan diingat oleh konsumen, yang secara langsung meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

- d) Dengan bersama-sama, kualitas produk (X1), harga (X2), dan citra merek (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc (Y), terutama di Yogyakarta.

## **5.2. Implikasi Manajerial**

Hasil analisis dalam penelitian ini menjadi rekomendasi peneliti mengenai implikasi manajerial bagi pengguna produk kecantikan dan perawatan serta pengusaha di industri perawatan dan kecantikan. Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata yang baik. Maka, variabel-variabel ini dapat dikatakan mempengaruhi kemajuan dari industri kecantikan. Produk Somethinc diharapkan mampu mempertahankan kualitas produknya dengan baik, bahkan meningkatkan kualitas produk menjadi semakin baik. Selain itu, penetapan harga yang tepat adalah salah satu langkah yang harus diperhatikan. Tujuannya agar konsumen dapat merasa bahwa apa yang di bayar sesuai dengan apa yang di dapat. Begitu juga dengan citra merek. Ketika kualitas produk dan harga sudah baik, maka secara tidak langsung citra merek juga akan terbentuk baik.

## **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penyebarannya hanya di Yogyakarta sehingga belum mewakili opini konsumen secara luas terhadap produk Somethinc di seluruh Indonesia. Selain itu penelitian ini hanya menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, harga dan citra merek sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai

variabel dependen. Keterbatasan lainnya adalah penelitian ini tidak berfokus pada satu produk penelitian.

#### **5.4. Saran Penelitian Selanjutnya**

Saran untuk peneliti selanjutnya berdasarkan temuan penelitian ini adalah menambah jumlah responden untuk mendapatkan hasil yang lebih bermakna dan mewakili, serta meluaskan sampel responden. Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan variabel tambahan yang berkaitan dengan keputusan pembelian, sehingga dapat memperkaya analisis dan menyumbangkan kontribusi baru dalam literatur. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan relevan untuk pengembangan studi lanjutan dalam bidang ini. Objek penelitian juga lebih baik difokuskan pada satu produk tertentu, sehingga hasil penelitian dapat lebih terfokus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., & Dewantara, Y. F. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions in Sourfelly Custom Cakery, West Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan (Journal of Business and Entrepreneurship)*, 8(2), 26–38.
- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, E. B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682. <https://doi.org/10.59670/ml.v20i6.3514>
- Arfi Ulya Madani, Subur Karyatun, K. D. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on The Purchase Decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 3(1), 169–176. <https://doi.org/10.4108/eai.12-7-2023.2340952>
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND QUALITY OF THE PRODUCT ON THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION. *Экономика Региона*, August 2020, 32.
- Bangun, R. (2023). Enrichment: Journal of Management Brand image, product quality, and price perception on drinking water purchase decision. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 12, Issue 6).
- Fransisca, S., & Pujiarti, P. (2022). The Influence of Price, Brand, and Product Quality on Purchase Decisions in the Marketplace JD.ID. *ECo-Buss*, 4(3), 622–634. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.357>
- Khoirun Nisa Bahri, R. K. (2023). The Influence of Instagram, Brand Image, and Price on Online Purchase Decisions. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 6(1), 79–93. <https://doi.org/10.32535/apjme.v6i1.1654>
- Michael, Rahmat Alamsyah Harahap, Albert, A. H. (2021). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decision. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1883–1889.
- Michelle, M., Byhaqi, R., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF WHITE KOFFIE CIVET COFFEE IN THE SOUTH JAKARTA AREA. In *Syntax Admiration* (Vol. 4, Issue 5).
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>

- Rahayu, B., Lisaria Putri, R., & Sutrisno, J. (2023). Product Quality Price and Image Brands Against Purchase Decisions. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.52088/jaiem.v1i1.6>
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137–150. <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40>
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Sari, W. A., Prayoga, Y., & Syahputra, R. (2022). The Influence of Price, Product Quality, Brand Image towards Customers Buying Decision on Citra Pesona Shop. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(3), 357–362. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems939>
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023a). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023b). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>



**Lampiran 1**

**Kuesioner Penelitian**

Hai!

Perkenalkan nama saya Regina Putri Sitohang dari Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang menempuh tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dengan melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc**". Saya memohon waktu dan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Kriteria pengisi kuesioner:

1. Pernah membeli produk Somethinc (Skincare, Make up, Hair care)
2. Domisili Yogyakarta

Apabila Anda sesuai dengan kriteria tersebut mohon dapat berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kebutuhan penelitian. Saya ucapkan terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda.

Apabila terdapat pertanyaan mengenai kuesioner ini, Anda dapat menghubungi saya pada: [reginarege1704@gmail.com](mailto:reginarege1704@gmail.com)

Regina Putri Sitohang.

### **Pertanyaan Filter**

Pertanyaan ini digunakan untuk mendapatkan responden dengan kriteria yang sesuai.

Saya pernah membeli produk Somethinc (skincare, make up, hair care).

- Ya
- Tidak

Saya berdomisili di Yogyakarta.

- Ya
- Tidak

### **Profil Responden**

Pada bagian ini responden diminta mengisi data diri sesuai dengan poin berikut.

Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

Usia

- < 17
- 18 – 22
- 23 – 27
- 28 – 32
- > 33

Pekerjaan

- Pelajar
- Mahasiswa/i



- Freelance
- Influencer
- Content Creator
- Lainnya

Rata-rata pendapatan per bulan

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.001

Seberapa sering Anda membeli produk Somethinc dalam satu tahun terakhir (2023-2024)?

- < 3
- 3 – 5
- 5 – 8
- > 8

Rata-rata pengeluaran untuk pembelian produk Somethinc dalam kurun waktu satu tahun?

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

## Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan fungsinya; ini mencakup ketahanan keseluruhan, rehabilitasi, akurasi, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan produk, serta atribut produk lainnya.

Harap pilih satu jawaban istilah pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan skala likert. Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan sesungguhnya, keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya, Somethinc mempunyai kualitas produk yang baik dan memenuhi standar yang telah ditetapkan.					
2.	Menurut saya, Somethinc menyediakan berbagai macam produk berkualitas.					
3.	Menurut saya, Somethinc selalu memperhatikan standar kualitas pada setiap produknya.					
4.	Menurut saya, Somethinc mempunyai kualitas ketahanan produk (misal: expired date) yang tahan lama.					
5.	Menurut saya, kemasan produk Somethinc tidak mudah rusak.					

## Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Harap pilih satu jawaban istilah pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan skala likert. Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan sesungguhnya, keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya, produk Somethinc memiliki kisaran harga yang setara dengan produk kecantikan dan perawatan lainnya.					
2.	Menurut saya, harga produk Somethinc sesuai dengan daya beli saya sebagai konsumen.					
3.	Menurut saya, produk Somethinc diberi harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.					
4.	Menurut saya, produk Somethinc seringkali memberikan potongan harga (diskon).					
5.	Menurut saya, produk Somethinc sesuai dengan ekspektasi saya.					

## Citra Merek

Citra merek adalah panduan yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi produk ketika mereka membutuhkan lebih banyak pengetahuan tentang suatu efek.

Harap pilih satu jawaban istilah pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan skala likert. Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan sesungguhnya, keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya, Somethinc menyediakan produk yang menarik.					
2.	Menurut saya, Somethinc menyediakan beragam produk sesuai kebutuhan konsumen (skincare, hair care, make up).					
3.	Menurut saya, produk Somethinc memiliki tampilan fisik yang mengesankan sehingga dapat menarik minat pembelinya.					
4.	Menurut saya, Somethinc memberikan apa yang dijanjikan (kualitas produk).					
5.	Menurut saya, Somethinc membuat saya merasa nyaman saat menggunakan produknya.					

## Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen untuk membeli produk, baik berupa jasa maupun barang.

Harap pilih satu jawaban istilah pertanyaan atau pernyataan di bawah ini dengan skala likert. Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan sesungguhnya, keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

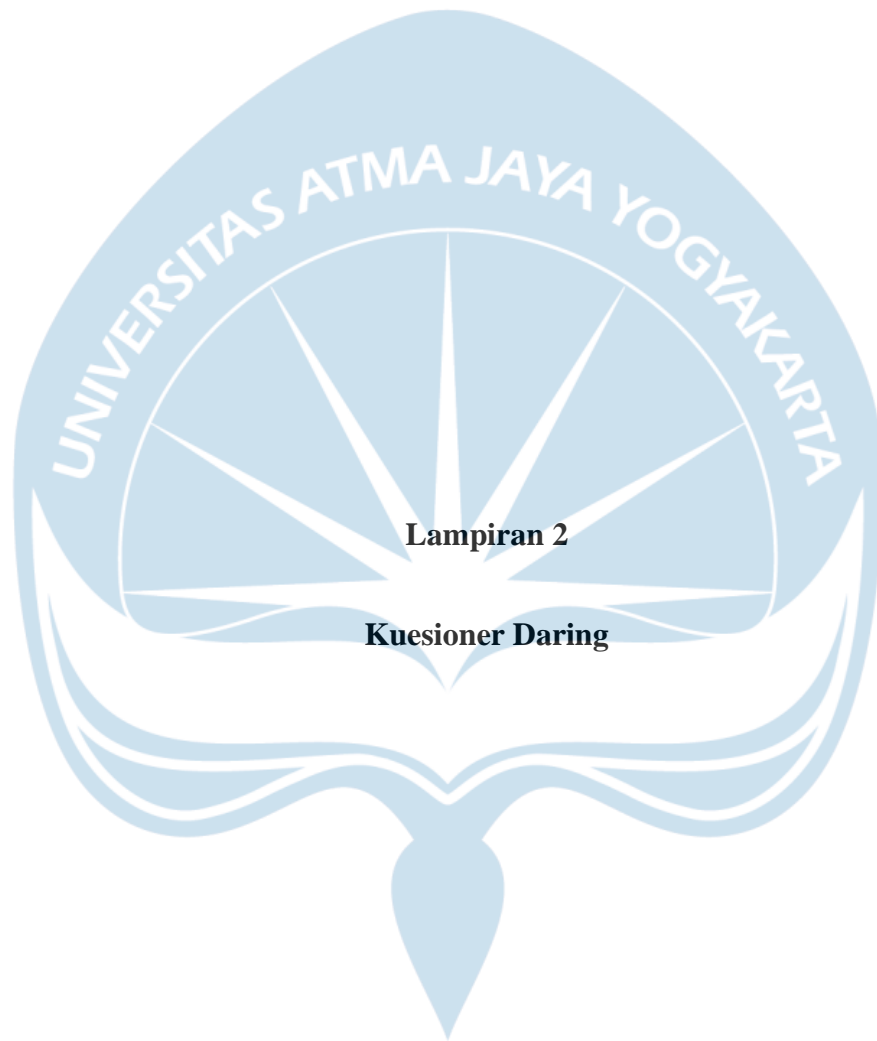
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Ketika saya ingin menggunakan produk kecantikan dan perawatan (skincare, make up, hair care), Somethinc adalah pilihan saya.					
2.	Saya akan merekomendasikan produk Somethinc kepada teman-teman saya.					
3.	Menurut saya, Somethinc menjadi alternatif pilihan merek kecantikan dan perawatan bagi saya daripada merek lainnya.					
4.	Saya memilih produk Somethinc karena saya sudah memilikinya sebelumnya.					
5.	Saya akan menggunakan produk Somethinc karena peminatnya banyak.					

## **Bagian Akhir Survey**

Terima kasih sudah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Regina Putri Sitohang





**Lampiran 2**

**Kuesioner Daring**