

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Eigia Gracia Ginting**

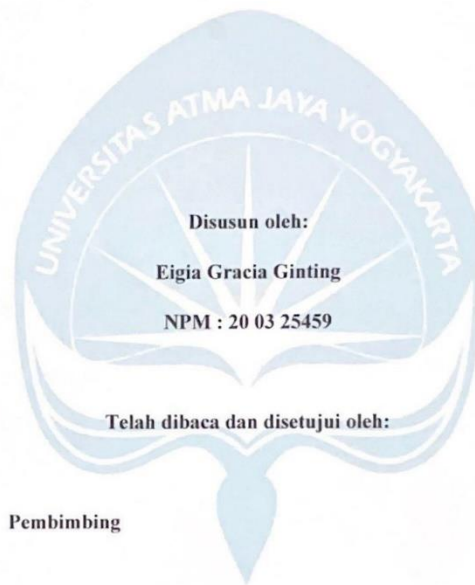
**200325459**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN**



**Pembimbing**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Tanggal, 2 Mei 2024**

Skripsi

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Eigia Gracia Ginting**

**NPM: 20 03 25459**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 11 Juni 2024

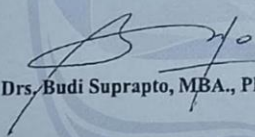
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)

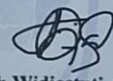
Program Studi Manajemen


**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**


  
**Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.**

  
**Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc.**

Yogyakarta, 20 Juni 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.**

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN**

Merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri. Segala pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa penulis melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang penulis peroleh dapat dinyatakan batal dan akan penulis kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Yang menyatakan,



Eigia Gracia Ginting

## KATA PENGANTAR

Syalom,

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus untuk segala berkat, kasih serta penyertaan-Nya, sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN”** dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi begitu banyak pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Untuk kesempatan kali ini, dengan segenap kerendahan hati dan rasa hormat dari hati yang paling dalam, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang sudah memberikan kekuatan dan menemani sampai saat ini dalam proses pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, menyediakan waktu, tenaga, dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen, staff dan karyawan khususnya Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membantu menyelesaikan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak dan Mamak yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk penulis. Memberikan motivasi setiap penulis merasa kurang percaya diri, dan kasih sayang yang selalu dirasakan penulis. Segala pencapaian ini dipersembahkan untuk kedua orang tua penulis yang sangat disayang,

kiranya dengan menyelesaikan skripsi ini dapat memberikan semangat dan menambahkan kesehatan mamak bapak.

5. Kakak Fiona dan Rahel beserta keluarga kecil mereka masing-masing, yang selalu mendukung dan memberikan kekuatan serta motivasi.
6. Keluarga kecil kak Mikha dengan bg Dika yang selalu bersedia memberikan dukungan, doa dan bantuan selama ini.
7. Segenap keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam penulisan skripsi.
8. Sahabat terkasih sekaligus teman seperjuangan Silvia Anatasia dan Gerald Wiyoto Lim yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat kepada penulis semasa kuliah sampai saat ini.
9. Teman-teman SKRIPSI 24/7 with U <3 atas dukungan, bantuan, kesabaran, ketulusan, semangat serta motivasi yang selalu diberikan.
10. Para responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner, serta seluruh pihak yang sudah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata dan hal lain yang kurang berkenan. Dengan kerendah hatian penulis berharap jika ada kritik dan saran yang akan membangun untuk penyempurnaan skripsi ini, serta semoga skripsi ini bermanfaat.

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Penulis,



Eigia Gracia Ginting

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian.....	5
1.5    Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1    Landasan Teori .....	8
2.1.1    Harga.....	8
2.1.2    Kualitas Produk.....	9
2.1.3    Keputusan Pembelian.....	9
2.2    Penelitian Terdahulu.....	11
2.3    Pengembangan Hipotesis .....	17
2.3.1    Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	17
2.3.2    Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2.4    Model Riset .....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1    Jenis Penelitian .....	20
3.2    Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian .....	20
3.3    Populasi dan Sampel Penelitian .....	21

3.4	Metode Pengumpulan Data .....	21
3.5	Metode Pengambilan Sampel .....	22
3.6	Definisi Operasional .....	22
3.7	Pengukuran Data .....	24
3.8	Alat Analisis Data .....	25
3.9	Metode Analisis Data .....	25
3.9.1	Analisis Deskriptif .....	25
3.9.2	Analisis Kuantitatif .....	26
3.10	Prosedur Penelitian .....	28
BAB IV .....		29
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		29
4.1	Analisis Profil Responden .....	29
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.1.3	Pertanyaan Filter .....	31
4.2	Analisis Deskriptif .....	32
4.2.1	Hasil Deskriptif Harga .....	33
4.2.2	Hasil Deskriptif Kualitas Produk .....	34
4.2.3	Hasil Deskriptif Keputusan Pembelian .....	35
4.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	36
4.3.1	Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	37
4.3.2	Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	40
4.3.3	Uji Hipotesis .....	40
4.4	Pembahasan .....	42
4.4.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	42
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	42
BAB V .....		44
PENUTUP .....		44
5.1	Kesimpulan .....	44
5.2	Implikasi Manajerial .....	45
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	45



DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN.....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional .....	22
Tabel 3. 2 Perhitungan Kelas Interval.....	26
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	30
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Yang Mengetahui Produk Avoskin .....	31
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Yang Melakukan Pembelian Produk Avoskin.....	31
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Yang Menggunakan Produk Avoskin.....	32
Tabel 4. 6 Pembagian Kelas Interval .....	32
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Variabel Harga .....	33
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	34
Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	35
Tabel 4. 10 <i>Outer Loading</i> .....	37
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted</i> .....	38
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i> .....	38
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4. 14 Uji R-Square .....	40
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients</i> .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proporsi Nilai Penjualan Produk Kecantikan di e- <i>Commerce</i> Indonesia (2023).....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian .....	18
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	18
Gambar 4. 1 Model Struktural .....	36
Gambar 4. 2 Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Data dan Jawaban Responden .....	58
Lampiran 3 Hasil <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	72
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	74

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN**

**Eigia Gracia Ginting**

**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Avoskin. Sampel penelitian ini adalah responden yang berusia minimal 15 tahun yang mengetahui produk Avoskin dan pernah menggunakan produk Avoskin. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan *purposive sampling* dan pengumpulan data melalui *Google Forms*. Responden penelitian ini terkumpul sebanyak 316 responden namun terdapat 24 responden yang tidak memenuhi kriteria sehingga yang dapat digunakan sebanyak 292 responden. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian