

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ELBYCI
CABANG KLATEN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana manajemen

**Perminatan :
Manajemen Pemasaran**



Diajukan oleh :

DYAH NURBAYATI

NIM. 1921100039

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA
KLATEN
JUNI 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ELBYCI
CABANG KLATEN

Diajukan Oleh :

DYAH NURBAYATI

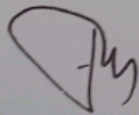
NIM : 1921100039

Telah Disetujui Pembimbing Untuk Dipertahankan di Hadapan Dewan Penguji
Skripsi Program Studi Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Tanggal.....

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pertama



Dr. H. Arif Julianto SN, SE, M, Si

NIK. 690 301 250

Pembimbing Kedua

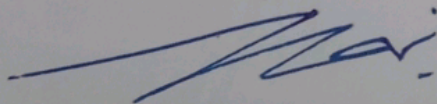


Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, MM

NIK. 690 994 143

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



H. Abdul Haris, SE, MM, M, Pd

NIK. 0690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ELBYCI
CABANG KLATEN

Diajukan Oleh :

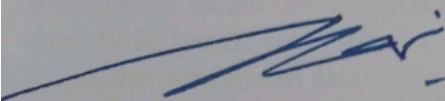
DYAH NURBAYATI

NIM : 1921100039

Telah Dipertahankan dan Disetujui Oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma dan Diterima
untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

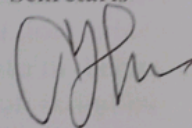
Tanggal.....

Ketua



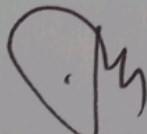
Abdul Haris, SE. MM. M.Pd
NIK 690 098 194

Sekretaris



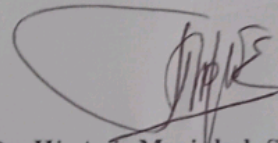
Dr. Abdul Hadi, M.Sc
NIK 690 498 200

Penguji Utama



Dr. Arif Julianto SN, SE. M.Si
NIK 690 301 250

Penguji Pendamping



Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, MM
NIK. 690 994 143

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi & Psikologi



Dr. Arif Julianto SN, SE. M.Si
NIK 690 301 250

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **DYAH NURBAYATI**

NIM : 1921100039

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Psikologi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
ELBYCI CABANG KLATEN**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal – hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten,

Penulis



DYAH NURBAYATI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Semoga kita diistiqomahkan dalam menjalankan setiap sunnah-sunnah beliau. Aamiin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

1. Orang tua saya, Drs. supriyanta yang selalu memberikan bimbingan dan doa yang tulus serta memotivasi untuk terus berusaha.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Temanku Shalsabilla, Tanti, Lintang, Waya dan Lisa yang bersedia berjuang bersama-sama, mendengarkan keluh kesahku dan memberikan semangat.
4. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2019.
5. Segenap dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu dalam pendidikan penulis sejauh ini dan dengan sabarnya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi. Semoga ilmu yang telah diajarkan bisa bermanfaat untuk kemudian hari.

MOTTO

Ilmu itu lebih baik dari kekayaan, karena kekayaan itu harus kamu jaga, sedangkan ilmu yang akan menjagamu.

(Ali bin Abi Thalib)

Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(Al-Baqarah 286)

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam dan dunia seisinya, tiada Tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya lah kita patut memohon dan berserah diri. Hanya karena nikmat Kesehatan dan kesempatan dari Allah-lah penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi beserta laporan dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ELBYCI CABANG KLATEN”**.

Shalawat dan salam juga senantiasa tercurah kepada suri tauladan umat manusia, Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang seperti sekarang ini.

Skripsi ini disusun sebagai wujud dari pencapaian impian, mengaplikasikan ilmu, serta sebagai salah satu kewajiban untuk mencapai gelar Strata-1 pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten. Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari doa, dukungan, nasihat, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis akan mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah turut serta hingga terselesaikannya laporan ini. Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Terimakasih dan rasa syukur tak terhingga penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah yang masih dikaruniakan kepada penulis sampai saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

2. Terimakasih penulis ucapkan kepada Orang tua saya Drs.supriyanta, yang selalu mendoakan penulis, menasihati penulis, memberi motivasi kepada penulis, mendukung dan mengarahkan penulis, serta selalu melimpahkan kasih sayang kepada penulis. Semoga Tuhan senantiasa memberikan kesehatan dan melindunginya kapanpun, di manapun berada, dan dalam kondisi apapun.
3. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Arif Julianto SN, SE. M.Si Ibu Dr. H. Anis Marjukah SE,MM. selaku pembimbing skripsi penulis, yang selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya laporan ini. Semoga Tuhan senantiasa memberikan Kesehatan dan kekuatan agar dapat terus memberikan ilmu yang bermanfaat untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.
4. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd. selaku rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
5. Terimakasih penulis ucapkan kepada Bapak Abdul Haris, SE, M.M, M.Pd selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma.

6. Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis tidak dapat memberi balasan dengan baik. Semoga Allah memberi balasan yang jauh lebih baik dari apa yang kalian lakukan untuk penulis.
7. Terimakasih penulis ucapkan kepada teman – teman Angkatan 19 yang telah memberikan dukungan. Semoga tuntas juga skripsi kalian.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Karena sesungguhnya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan. Oleh karena itu segala kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun, penulis terima dengan senang hati, demi kebaikan dan kemajuan Bersama. Penulis berharap laporan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat dan pembaca pada umumnya serta pihak yang berkepentingan pada khususnya.

Akhir kata, Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Klaten, Juni 2023

Penulis

DYAH NURBAYATI

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	5
C. Penegasan Judul	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
H. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Pemasaran	11
B. Kualitas Produk.....	13
C. Citra Merek	17
D. Harga.....	20
E. Penelitian Terdahulu	27
F. Rerangka Pemikiran	29
G. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Rancangan penelitian	31
B. Variabel Peneliti dan Definisi operasional.....	31
C. Populasi dan Sampel	37

D. Teknik Sampling	38
E. Jenis dan Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Instrumen peneliti.....	41
H. Uji Kualitas Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskriptif Data	47
1. Karakteristik Responden	47
B. Metode Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	58
C. Teknik Analisis Data.....	59
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
2. Perhitungan Uji f	64
3. Koefisien Determinan (R ²)	65
D. PEMBAHASAN	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
A. SIMPULAN	69
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	70
C. SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1	62
Gambar 4. 2	63
Gambar 4. 3	63
Gambar 4. 4 Daerah penerimaan dan penolakan H_0 untuk uji f.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Tingkat Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Pendapatan	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Kualitas Produk.....	51
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengaruh Citra Merek.....	52
Tabel 4. 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengaruh Harga.....	53
Tabel 4. 8.....	55
Tabel 4. 9 Uji Validitas	57
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 11 Analisis Linier Berganda	59
Tabel 4. 12 Uji t	62
Tabel 4. 13 Uji f	64
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Determinan.....	65

ABSTRAK

Dengan seiring berkembangnya zaman, kosmetik menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita. Banyak wanita dibuat tidak merasa nyaman dengan tubuh dan merasa kurang puas dengan kecantikan yang dimilikinya, mereka mulai berusaha untuk mencari penyelesaiannya dengan melakukan perawatan-perawatan agar dapat tampil lebih cantik dan menarik. Dengan melakukan perawatan mereka menggunakan produk kecantikan untuk mendapatkan penampilan yang sempurna.

Dalam penelitian ini, peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, Pengumpulan data menggunakan instrument peneliti, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Hasil pengujian yang sudah dilakukan bahwa pada variabel kualitas produk, citra merek dan harga diperoleh nilai f hitung sebesar 77.533 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara bersama-sama (simultan). Berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kebijakan terhadap Produk dan Harga sama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian kosmetik ELBYCI. Oleh sebab itu kebijakan terhadap produk harga agar menjadi perhatian bagi penyusun kebijakan di perusahaan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman pada saat ini yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk menerapkan standar kualitas produk yang dihasilkannya. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil dan tidaknya produk tersebut dapat menembus pasar. Persoalan yang kemudian muncul adalah apabila produk yang dihasilkan sama dengan perusahaan lain, sehingga menimbulkan persaingan dari beberapa perusahaan yang ada. Perusahaan satu dengan yang lain saling berkompetisi untuk mengunggulkan kualitas produknya agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas baik dan unggul dari perusahaan lainnya.

Industri yang pesat saat ini adalah produk kecantikan. Dengan seiring berkembangnya zaman, kosmetik menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita. Banyak wanita dibuat tidak merasa nyaman dengan tubuh dan merasa kurang puas dengan kecantikan yang dimilikinya, mereka mulai berusaha untuk mencari penyelesaiannya dengan melakukan perawatan-perawatan agar dapat tampil lebih cantik dan menarik. Dengan melakukan perawatan mereka menggunakan produk kecantikan untuk mendapatkan penampilan yang sempurna.

Semakin banyaknya kosmetik yang ada, maka perusahaan dituntut untuk mengembangkan kreativitas dan menciptakan sebuah inovasi baru dari produk yang dihasilkan agar lebih unggul dari produk pesaing. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas bagi pemakai kosmetik dilihat dari segi

kualitasnya dan berbagai alat kosmetik dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Dalam pengambilan keputusan tersebut, konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu kualitas produk, citra merek dan harga sehingga dapat menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut serta konsumen dapat mengambil keputusan pembelian pada suatu produk kosmetik. Melihat keadaan seperti sekarang ini perusahaan harus menciptakan citra merek dan membentuk citra merek yang unik, menarik, baik, mudah dikenal dan dapat diingat oleh konsumen agar dapat membedakan dari produk para pesaingnya.

Menurut Aaker dan Biel (2017) citra merek adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Menurut Rangkuti (2017), citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Citra baik yang positif akan menimbulkan kesan yang baik di dalam benak konsumen untuk mengonsumsi suatu merek. Melalui citra merek konsumen akan mengenali kualitas, produk dan mengecilkan resiko pembelian dan kepuasan terhadap produk tertentu, masalah citra merk ELBYCI yaitu nama merk yang kurang menarik di masyarakat.

Kualitas produk adalah hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli atau memilihnya sebagai keputusan pembelian. Apabila kualitas produk selalu meningkat seiring dengan banyaknya permintaan konsumen, akan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli produk tersebut secara berulang-ulang kali. Kosmetik ELBYCI dengan label

halal sebagai jaminan kualitas dan dapat meningkatkan rasa percaya diri seorang wanita. Kosmetik ELBYCI tidak hanya sebagai kosmetik tubuh, tetapi juga menjadi kosmetik jiwa yang mampu menonjolkan kharisma yang bagus dan tidak berlebihan. Kosmetik ELBYCI selalu mengutamakan kualitasnya. Kosmetik Elbyci dibuat dari bahan-bahan yang aman dan halal serta tidak menggunakan bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Kosmetik ELBYCI memberikan berbagai macam kosmetik mulai dari Elbyci Paket Wajah Platinum, Paket Wajah Acne, Paket Wajah HC, Paket Wajah Flek, Paket Double Glowing, Serum, Paket Body Glow, Paket Body Care dan masih banyak lagi. Kosmetik Elbyci bagus untuk daerah kewanitaan untuk dapat menunjang penampilan yang lebih cantik dan mempesona, masalah kualitas produk ELBYCI yaitu tidak terlalu cepat membuat wajah glowing maka jika memakai ELBYCI harus dengan rutin.

Harga adalah elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Dengan menetapkan harga di suatu perusahaan maka akan mendapatkan keuntungan dari harga suatu produk yang dipasarkan. Menurut Alma (2018) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen, masalah harga ELBYCI yaitu harga lebih tinggi daripada merk lainnya.

Elbyci merupakan Produk Skin Care dan Kosmetik yang telah mendapatkan sertifikat BPOM dan juga bersertifikat HALAL dan sudah teruji

secara klinis dari pemerintah Indonesia yang merupakan standar untuk produk yang di edarkan secara resmi dan aman untuk para konsumen. Kini Elbyci telah berkembang menjadi skincare, bodycare dan cosmetic. Elbyci juga memiliki member resmi di seluruh Indonesia. Demi kepuasan dan kepercayaan konsumen dengan mendirikan klinik kecantikan yang saat ini Elbyci sudah ada beberapa cabang di kota besar di Indonesia. Dengan menghadirkan berbagai solusi perawatan wajah dan tubuh. Keputusan pembelian adalah pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. dengan keputusan pembelian, konsumen dapat memilih produk yang disukai dan dapat menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Kotler (2019) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, citra merek dan harga yang sudah dikenal oleh seluruh masyarakat. Keputusan pembelian memiliki peran sangat penting karena dapat memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan produk yang dipasarkan. Konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian perlu memperhitungkan dan mempertimbangkan alternatif pada suatu produk. Dalam bisnis kosmetik ini dapat menentukan sukses atau tidaknya suatu usaha pada keputusan pembelian dalam membeli produk. Dengan semakin banyaknya konsumen yang membeli

kosmetik Elbyci tersebut, maka akan semakin besar kesuksesan kosmetik Elbyci di mata konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN BARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ELBYCI CABANG DI KLATEN."

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Alasan Subjektif

- a. Menambah pengetahuan dasar penulis tentang pemasaran dan seberapa besar pengaruhnya kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kualitas produk, citra merek dan harga.

2. Alasan Objektif

Mengingat bahwa persaingan bisnis kosmetik kecantikan semakin ketat, diperkuat dengan banyaknya pesaing yang bermunculan seperti Navagreen, Larissa, Natasha, Ella Skincare dsb. Menjadi hal penting bagi perusahaan Elbyci untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Elbyci salah satu industri yang bergelut dalam bidang kosmetik harus mampu bersaing secara kompetitif yang memiliki karakteristik sendiri. Sehingga memerlukan strategi yang tepat dan perlu mengevaluasi untuk masa yang akan datang. Maka penulis ingin mengetahui pengaruh kualitas

produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci di Cabang di Klaten.

C. Penegasan Judul

Penelitian dilakukan terlebih dahulu peneliti harus mengetahui maksud dan arti penelitian. Dengan mengetahui konsep penelitian diharapkan tidak terjadi kekeliruan dalam memecahkan masalah. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk adalah tahap dalam proses keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. (Menurut Kotler & Amstrong, 2019)
2. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap citra merek produk yang akan dikonsumsi atau dipakai. (Menurut Keller, 2019).
3. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa. (Menurut Henry Simamora, 2019).
4. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. (Menurut Swastha, 2018).

D. Pembatasan Masalah

Penelitian fokus dalam pembahasan, maka penulis menggunakan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk meliputi Kinerja (performance), Keandalan (reliability), Keistimewaan tambahan (feature), Kesesuaian dengan spesifikasi (comformance to specifications), Daya tahan (durability), Kemampuan melayani (serviceability), Estetika (aesthetics), Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality). (Gaspersz, 2017).
2. Citra merek meliputi Recognition (Pengenalan), Reputation (Reputasi), Affinity (Hubungan Emosional), Brand Loyalty (Kesetiaan Merek). (Freddy Rangkuti, 2018).
3. Harga meliputi Keterjangkauan harga, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat produk. (Stanton, 2018).
4. Kualitas Produk meliputi Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternative, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian. (Kotler dan Amstrong, 2018).

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci ?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci?

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci.
2. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menggunakan ilmu yang telah didapat selama dibangku kuliah.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci, sehingga dapat dijadikan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran dan guna meningkatkan laba perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bahan pertimbangan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang sama atau berkaitan maupun dengan variabel yang lain.

H. Sistematika Penulisan

Mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai tentang pengertian pemasaran, pengertian kualitas produk, pengertian citra merek, pengertian harga, pengertian keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, populasi dan sample, variabel & definisi operasional variabel, teknik pengolahan dan uji kualitas data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dianalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Elbyci Cabang di Klaten.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik ELBYCI Cabang Klaten maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik ELBYCI. Hal ini karena jika konsumen ingin membeli produk yang dilihat adalah kualitasnya, konsumen akan memiliki rasa ingin membeli kosmetik dengan kualitas yang bagus. Akhirnya akan muncul rasa untuk membeli produk tersebut.
- b. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pembelian kosmetik ELBYCI. Hal ini dikarenakan jika pemilik brand membangun citra merek yang baik dan bagus maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
- c. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pembelian kosmetik ELBYCI. Hal ini karena jika harga terjangkau dan memiliki *discount* maka akan banyak yang berbelanja kosmetik ELBYCI dan *customer* akan merasa puas dengan harga yang diberikan.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini masih ada beberapa keterbatasan dalam penulis melakukan penelitian, keterbatasan tersebut berupa :

1. Dalam penelitian ini terdapat besarnya presentase variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Distribusi kuesioner kepada konsumen belum mengenai seluruh lapisan konsumen kosmetik ELBYCI.
3. Penelitian ini menggunakan metode survei berupa kuesioner yang tidak dilengkapi dengan wawancara atau observasi langsung kepada konsumen. Hal tersebut mengakibatkan kurang detailnya data yang diperoleh dan pembahasan menjadi kurang mendalam

C. SARAN

Berdasarkan uraian dan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik ELBYCI. Maka dari itu pihak pemilik brand ELBYCI sebaiknya tetap menjaga faktor – faktor tersebut, serta memberikan banyak promo potongan harga dan kualitas produk agar konsumen tetap tertarik untuk berbelanja kosmetik ELBYCI.
2. Citra merek sudah cukup baik jika dilihat dari data kuesioner, hal ini harus terus dipertahankan untuk menarik perhatian konsumen dan

mempertahankan konsumen yang sudah setia menggunakan produk kosmetik ELBYCI.

3. Kebijakan terhadap Produk dan Harga sama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian kosmetik ELBYCI. Oleh sebab itu kebijakan terhadap produk harga agar menjadi perhatian bagi penyusun kebijakan di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Ji/id 1. Erlangga. Jakarta.
- Amstrong, P. K. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid I dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.
- Apriyani, Y. (2016). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*,2(01).
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ayuniah, P. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang mengambil kuliah di kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Basu, H. d. (2017). *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- Biel, Ad. (2017). *Brand Equity And Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brand*.
- Biel, AD. (2017). *Brand Equity and Avertising.: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. inc., Hillsdale.

- Dewi, P. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek (Studi pada Produk Smartphone Merek Oppo). Matrik: *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 87-98.
- Effendi, M. G. (2016). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.
- Fure, F. L. (2015). Pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di JCO Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Edisi Kedua Cetakan Ketigabelas*. Yogyakarta: BPFE.
- Keller, K. L. (2015). *Strategic Brand Management : Building, Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 .Jilid 1* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, A (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K.d. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Indonesia. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I dan 2* . Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia .

- Manoppo, J. R. (2015). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Excite Oriflame. *Jurnal EMBA. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2) . *Jurnal EMBA*.
- Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, , 2(2).
- Meta, I. A. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten*.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Noble. (2017). *Development in Marketing Science* Vol. 22, 1-5, Corall Gables. Florida : *Academy of Marketing Science* .
- Philip, K. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Philip, K. (2015). *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 3)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Prawira, B. &. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3(12).
- Prawiro, M. (2020). *Retrieved from Pengertian Pemasaran: ruang lingkup, fungsi tugas:*
- Purwanto, D. R. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial* . Yogyakarta : Gaya Media.

- Rangkuti, F. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Ulama. Jakarta.
- Runtunuw, J. G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna cafe dan resto cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Schiffman, K. d. (2015). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua* . Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2017). *Research Method for Business A Skill - Building Approach 4th Edition*. Salemba Empat. Jakarta.
- Simamora, H. (2018). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Siti, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Sabun Batang Dettol Antiseptik Terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*
- Stanton, W. J. (2017). *Prinsi Pemasaran Edisi Ketuuh Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis* . Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta .
- Suharno, Y. S. (2017). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Suharso, P. (2017). *Model Analisis Kuantitatif "TEV"*. Jakarta : Indeks.
- Supranto, M. (2017). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar Cetakan Keempat*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

- Suryabrata, S. (2017). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PustakaPelajar.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi .
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran ed 3*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2017). *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.
- Vincent, G. (2018). *"Total Quality Control"*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
Utama.