

## **MOTTO**

Tidur Untuk Melanjutkan Mimpi,  
Atau Bangun Untuk Mengejar Mimpi.

Trisiya Martiyasari

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT dengan segala limpahan rahmat, petunjuk, hidayah dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Peresepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Emina Cosmetics Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. (Studi Pada Siswa Pengguna Produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya)"** Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. Teguh Purwanto, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Kepada Bapak Drs. Sugijanto., M., Ak. selaku dosen pembimbing yang telah memotivasi dan membimbing saya dalam pengerjaan skripsi ini hingga skripsi selesai.
5. Kepada kedua orang tua Bpk. Waras dan Ibu Sriana yang selalu memberikan yang terbaik kepada anak-anaknya serta keluarga tercinta yang selalu mendukung serta menjadi penyemangat dalam meraih cita-cita.
6. Kepada Hj Enik Eri Purwati beserta seluruh guru dan staff MTsN 2 Surabaya yang telah memberikan bantuan untuk melengkapi keperluan skripsi.
7. Kepada teman-teman kelas Manajemen E 2016 yang telah menemani dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi.

8. Kepada sahabat - sahabat terkasih Rizka Dwi Regiyanti , Sandra Marcelina, Handika Nur M.A, Nhahda Nur Iksani, Sobibatur Rohmah dan Athwal Febriandrew Fahrurrozi Syahkirin yang selalu memberikan dukungan dan masukkan dalam pengerjaan skripsi

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 01 September 2020  
Penulis

Trisiya Martiyasari

## **ABSTRACT**

*Purchase decisions occur because consumers always see the quality of the product. Durable product quality will increasingly make purchasing decisions happen. In addition, price perception is also a factor in buying decisions. Consumer opinion about the price of an affordable product will make other consumers interested in buying the same product. MTSN 2 Surabaya students were made into a population and 100 respondents were sampled. Purposive sampling is used as a data collection technique. The questionnaire was distributed and the results of the answers were analyzed by data using path analysis. Found the results of product quality variables and price perceptions have an influence on consumer buying interest variables. Another product quality variable was also found.*

**Keywords :** *Product Quality, Price Perception, Purchase Interest, Purchasing Decisions*

## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian terjadi dikarenakan konsumen selalu melihat kualitas produk. kualitas produk tahan lama akan semakin membuat keputusan pembelian terjadi. Selain itu persepsi harga juga menjadi faktor terjadinya keputusan pembelian. Pendapat konsumen tentang harga produk yang terjangkau akan menjadikan konsumen lain berminat untuk membeli produk yang sama. Siswi MTSN 2 Surabaya dijadikan populasi dan diambil sampel sebanyak 100 responden. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan data. Kuesioner disebar dan hasil jawaban dianalisis data dengan *path analysis*. Ditemukan hasil variabel kualitas produk dan persepsi harga memiliki pengaruh pada variabel minat beli konsumen. Ditemukan juga hasil lain variabel kualitas produk , persepsi harga dan minat beli memiliki pengaruh pada variabel keputusan pembelian emina cosmetics di MTSN 2 Surabaya.

**Kata kunci** : Kualitas Produk , Persepsi Harga, Minat Beli, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	16
2.2.3 Kualitas Produk .....	18
2.2.4 Persepsi Harga .....	20
2.2.5 Minat Beli .....	22
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis.....	26

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel .....	31
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.3.1 Jenis Data .....	32
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data .....	33
3.4.2 Teknik Pengambilan Data .....	34
3.4.3 Lokasi Penelitian.....	35
3.4.4 Waktu Peneltian.....	35
3.5 Variabel Penelithan dan Operasional Variabel.....	35
3.5.1 Variabel Penelitian .....	35
3.5.2 Definisi Oprasional Variabel .....	36
3.5.2.1 Kualitas Produk .....	36
3.5.2.2 Persepsi Harga .....	37
3.5.2.3 Minat Beli .....	38
3.5.2.4 Keputusan Pembelian .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	39

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.2 Frekuensi Variabel .....	51
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	55
4.2.1 Uji Validitas .....	55
4.2.2 Uji Reabilitas.....	57
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	58
4.3.1 Uji Normalitas .....	58
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	59

4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
4.4 Analisis Jalur .....	62
4.4.1 Model Substruktur 1.....	62
4.4.2 Model Substruktur 2.....	66
4.5 Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung .....	70
4.5.1 Pengaruh Langsung .....	70
4.5.2 Pengaruh Tidak Langsung .....	70
4.6 Pembahasan.....	70
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	70
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli .....	71
4.6.3 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.6.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 79



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia tahun 2015-2019 .....	2
3.1 Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	35
4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.2 Frekuensi Kualitas Produk (X1).....	52
4.3 Frekuensi Persepsi Harga (X2).....	53
4.4 Frekuensi Minat Beli (Y1).....	54
4.5 Frekuensi Keputusan Pembelian (Y2).....	55
4.6 Uji Validitas.....	56
4.7 Uji Reliabilitas.....	57
4.8 Uji Normalitas Substruktur 1 .....	58
4.9 Uji Normalitas Substruktur 2 .....	59
4.10 Uji Multikolinieritas Substruktur 1 .....	60
4.11 Uji Multikolinieritas Substruktur 2.....	60
4.12 Uji Heterokedastisitas glejjer substruktur 1 .....	61
4.13 Uji Heterokedastisitas glejjer substruktur 2 .....	61
4.14 Uji-F .....	63
4.15 Uji t .....	64
4.16 Koefisien Determinasi .....	65
4.17 Hasil Uji F .....	67
4.18 Hasil Uji t .....	68
4.19 Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bauran Pemasaran .....	18
2.2 Kerangka Konseptual .....	26
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Diagram Jalur .....	42
4.1 Gambar Kasual Substruktur 1 .....	65
4.2 Gambar Kasual Substruktur 2 .....	69

## DAFTARLAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 2. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3. Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4. Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 5. Kuesioner
- Lampiran 6. Tabulasi Data
- Lampiran 7. Hasil Output SPSS