

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEDAK MAKE OVER DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Tesia Pasak Rantelinok
210910249**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BEDAK MAKE OVER DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Tesia Pasak Rantelinok
210910249**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Tesia Pasak Rantelinok
NPM : 210910249
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat dengan judul :
“**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK MAKE
OVER DI KOTA BATAM**”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia naskah SKRIPSI ini digugurkan dan SKRIPSI yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 20 Januari 2025



Tesia Pasak Rantelinok
210910249

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BEDAK MAKE OVER DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh :

**Tesia Pasak Rantelinok
210910249**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 20 Januari 2025



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Tingginya permintaan kosmetik di Indonesia juga meningkatkan industri kecantikan yang menghasilkan produsen-produsen di bidang kecantikan. Salah satu merek kecantikan yang sangat populer di kalangan masyarakat yakni Make Over dimana salah satu produknya yakni bedak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dari kualitas produk, kewajaran harga, dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian secara parsial berserta simultan dengan signifikansi yang positif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 wanita di Kota Batam yang berdomisili di Batu Aji. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh dengan positif dan signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,046 > 1,984$. Kewajaran harga berpengaruh dengan positif dan signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,026 > 1,984$. Nilai pelanggan berpengaruh dengan positif dan signifikan dengan nilai $0,044 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,046 > 1,984$. Kualitas produk, kewajaran harga, dan nilai pelanggan berpengaruh dengan positif secara bersamaan dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $218,431 > f$ tabel $2,70$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah masing-masing variabel independen seperti kualitas produk, kewajaran harga, dan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Nilai Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The high demand for cosmetics in Indonesia also increases the beauty industry which produces manufacturers in the beauty sector. One of the beauty brands that is very popular among the public is Make Over where one of the products is powder. The purpose of this study is to determine the relationship between product quality, price fairness, and customer value on purchase decisions partially and simultaneously with positive significance. This study used a sample of 100 women in Batam City who live in Batu Aji. This study uses a non-probability sampling technique with purposive sampling. The results of this study are that product quality has a positive and significant effect with a value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $2.046 > 1.984$. The fairness of the price has a positive and significant effect with a value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of $4.026 > 1.984$. The customer value had a positive and significant effect with a value of $0.044 < 0.05$ and a t-value of $2.046 > 1.984$. Product quality, price fairness, and customer value have a positive effect simultaneously and significantly on purchase decisions with a significant value of $0.000 < 0.05$ and an f value of $218,431 > f \text{ table } 2.70$. The conclusion of this study is that each independent variable such as product quality, price fairness, and customer value has a positive effect on purchasing decisions as dependent variables.

Keywords: *Product Quality, Price Fairness, Customer Value, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis atas berkat dan rahmat-Nya kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan tepat waktu laporan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Make Over Di Kota Batam" yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Univerista Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, sebuah kritik dan saran akan diterima penulis dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrail Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.. selaku Kepala Program Studi
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam
6. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya. Sekian saya sampaikan terima kasih.

Batam, 20 Januari 2025



Tesia Pasak Rantelinok



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Kewajaran Harga	13
2.1.3 Nilai Pelanggan.....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	18

2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4 Kerangka Pemikiran	24
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian.....	25
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	26
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2 Periode Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	27
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	28
3.5 Sumber Data	28
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Operasional Variabel	29
3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Deskriptif	31
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.4 Uji Pengaruh	34
3.9 Uji Hipotesis	35
3.9.1 Uji t (Secara Parsial)	35
3.9.2 Uji F (Secara Simultan).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36

4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	36
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.2.1	Spesifikasi Responden Berlandaskan Usia	37
4.2.2	Spesifikasi Responden Berlandaskan Kelurahan di Batu Aji	37
4.2.3	Karakteristik Responden Berlandaskan Pendidikan Terakhir.....	38
4.2.4	Karakteristik Responden Berlandaskan Pekerjaan.....	38
4.2.5	Karakteristik Responden Berlandaskan Penghasilan	39
4.2.6	Karakteristik Responden Berlandaskan Lama Menggunakan Produk Bedak Make Over	39
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.3.1	Kualitas Produk.....	40
4.3.2	Kewajaran Harga.....	41
4.3.3	Nilai Pelanggan	42
4.3.4	Keputusan Pembelian.....	43
4.4	Analisis Data.....	43
4.4.1	Uji Validitas Data.....	43
4.4.2	Uji Reliabilitas Data	46
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	47
4.4.4	Uji Pengaruh	50
4.5	Uji Hipotesis	52
4.5.1	Uji T	52
4.5.2	Uji F	53
4.6	Pembahasan	54
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.2	Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.3	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.6.4	Pengaruh Kualiatas Produk, Kewajaran Harga, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		57

5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN.....		65
	Lampiran 1 Pendukung Penelitian.....	66
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Komparasi Brand Index Bedak Muka Pada Tahun 2021-2024	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo Make Over	37
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	47
Gambar 4.3 Grafik Histogram	47
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Kosmetik Bedak Make Over.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Kosmetik Bedak Make Over Dan Luxcrime .	5
Tabel 1.3 Nilai Pelanggan Terhadap Bedak Make Over	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Periode Penelitian	26
Tabel 3.2 Pengukuran dengan Skala Likert	29
Tabel 3.3 Operasional Tabel.....	30
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif	31
Tabel 4.1 Spesifikasi Responden Berlandaskan Usia	39
Tabel 4.2 Spesifikasi Responden Berlandaskan Kelurahan di Batu Aji	37
Tabel 4.3 Profil Responden Berlandaskan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4 Profil Responden Berlandaskan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Profil Responden Berlandaskan Penghasilan	39
Tabel 4.6 Profil Responden Berlandaskan Lama Menggunakan Produk Bedak Make Over	39
Tabel 4.7 Poin Indikator Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.8 Poin Indikator Variabel Kewajaran Harga	41
Tabel 4.9 Poin Indikator Variabel Nilai Pelanggan	42
Tabel 4.10 Poin Indikator Variabel Keputusan Pelanggan	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kewajaran Harga	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.19 Analisis Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.20 Hasil Perolehan dari Uji T	52
Tabel 4.21 Uji F (Simultan)	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. <i>Lemeshow</i>	27
Rumus 3.2 Rentang skala	31
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	32
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	34