



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
SARIAYU MARTHA TILAAK PADA KONSUMEN DI KOTA  
SEMARANG**

**Skripsi**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1 Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas  
Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**SHOFI AMARA RIZKI**

**14030119120040**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2023**

# SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Prof. Sudarto, S.H.  
Tembalang Semarang Kode Pos 50225  
Tel. Faks. (024) 74602427  
www.fkip.unsido.ac.id | email: fkip@unsido.ac.id

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA\*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Shofi Amara Rizki
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119120040
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 7 Agustus 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : JL. Gedawang Watukaji II, Perumahan  
Kamaraya Land RW 08 NRT 03, Banyumanik, Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:  
Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Pada Konsumen Di Kota Semarang

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemipinan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si  
NIP. 197003031994121001

Semarang, 22 Juni 2023

Pembuat Pernyataan,

Shofi Amara Rizki  
NIM. 14030119120040

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197603302003122001

\* Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemipinan <20%

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Pada Konsumen Di Kota Semarang  
Nama Penyusun : Shofi Amara Rizki  
NIM : 14030119120040  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 10 Agustus 2023

Wakil Dekan

Akademik dan Kemahasiswaan

Dekan




Prof. Dr. Drs. Hadi Warsono, M.T.  
NIP. 196308271990011001



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 196908221994031003

#### Dosen Pembimbing :

1. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si

(.....)

2. Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi MES, Ph.D.

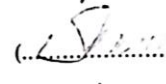
(.....)

#### Dosen Penguji :

1. Widayanto S.Sos., M.Si

(.....)

2. Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi MES, Ph.D.

(.....)

3. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si

(.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“When you use the law of attraction, you'll have an epiphany from  
God and be able to achieve your goals”*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat, rejeki, kesehatan, keselamatan, kemudahan, kelancaran, dan kekuatan yang selalu diberikan.
2. Mama saya yang gendut yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang setiap saat, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak – kakak saya yang gendut yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang setiap saat, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua sahabat dan teman – teman saya yang turut membantu saya perihal kehidupan kampus, baik urusan akademik maupun yang lainnya. Terutama Trobos Geng, Geng Saung Idaman, Geng Hmmm dan Aulia Rizki Rachmawati.
5. Terimakasih Trobos Geng yang selalu menemani saya dalam suka dan duka, serta memberikan dukungan, doa, dan bantuan selama saya berkuliah, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih Geng Saung Idaman yang selalu menemani saya dalam suka dan duka sejak SMA, serta memberikan dukungan, doa, dan bantuan selama ini, sehingga saya bisa melalui ini semua.
7. Terimakasih Geng Hmmm yang selalu menemani saya dalam suka dan duka sejak saya kecil, serta memberikan dukungan, doa, dan bantuan selama ini, sehingga saya bisa melalui ini semua.
8. Aulia Rizki Rachmawati terimakasih sudah senantiasa menemani saya dari SD sampai sekarang, yang juga mengajari saya dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi.
9. EXO terimakasih kalian telah menemani saya dari saya SMP sampai saya sudah berkuliah, dan terimakasih karena selalu menemani hari – hari saya dengan lagu – lagu EXO, konten – konten EXO, dan perhatian yang selalu diberikan kepada saya selaku fans. Terimakasih Xiumin, Suho, Lay, Baekhyun, Chen, Chanyeol, D.O., Kai, dan Sehun.
10. Heechul, dan DingDong selaku kucing saya yang saya sayangi, terimakasih sudah menemani saya selama ini dan memberikan saya kebahagiaan ditengah ketegangan mengerjakan skripsi.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SARIAYU MARTHA TILAAH  
PADA KONSUMEN DI KOTA SEMARANG**

**ABSTRAK**

Berdasarkan data penjualan Sariayu Martha Tilaar mengalami penurunan disetiap tahunnya. Hal ini diduga terjadi dikarenakan beberapa faktor yaitu yang pertama adalah faktor kualitas produk yang buruk karena ditemukan review – review buruk mengenai produk – produk Sariayu di web *female daily*. Kemudian faktor yang kedua adalah promosi karena ditemukan bahwa views youtube milik Sariayu jika dibandingkan dengan iklan Wardah dan Make Over, maka iklan Sariayu berada di peringkat bawah karena viewsnya masih berjumlah ratusan bahkan ribuan saja sedangkan iklan Wardah dan Make Over sudah memiliki views jutaan, hal tersebut diasumsikan dapat terjadi karena Sariayu memasang iklannya di youtube dengan frekuensi yang sedikit dalam waktu yang singkat, sehingga menyebabkan Sariayu kurang dikenal oleh masyarakat karena minim promosi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian ini tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian *Explanatory Research* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan menggunakan *Gform*. Pada penelitian ini peneliti mengolah data menggunakan SPSS 26. Analisis yang dilakukan meliputi uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana dan berganda, signifikansi uji t, dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menyumbang 36%. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menyumbang 21,2%. Kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menyumbang 36,6%. Berdasarkan hasil tersebut, Sariayu Martha Tilaar disarankan untuk membuat inovasi baru pada kemasan produk – produk kosmetik Sariayu Martha Tilaar, menambah rentang waktu promosi, serta memperbanyak pembuatan iklan baru dalam satu tahun, juga menambah jumlah tayangan iklan di beberapa media.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF SARIAYU MARTHA TILAAH COSMETICS BY CONSUMERS IN THE CITY OF SEMARANG***

***ABSTRACT***

*Sariayu Martha Tilaar's sales have decreased every year, according to data. This is thought to have occurred due to several factors, the first one is the factor of poor product quality because bad reviews about Sariayu products were discovered on the female daily website. Then the second factor is promotion because it was discovered that Sariayu's YouTube views when compared to Wardah and Make Over ads, Sariayu ads are ranked lower because their views still number in the thousands or even hundreds while Wardah and Make Over ads are already have millions of views, it is assumed that this can happen because Sariayu advertisements on YouTube only have a small frequency in a short time, it is causing Sariayu to be less well-known to the public because of the lack of promotion.*

*This research was conducted to determine the effect of product quality and promotion on consumer purchasing decisions. In this research, the authors used an explanatory type of research with sampling techniques, which are non-probability sampling and purposive sampling. The sample used in this study was 100 respondents. Data was collected by Gform. In this study, researchers processed data using SPSS 26. The analyses that were performed included validity, reliability, correlation, determination, simple and multiple linear regression, significance t-test, and f-test.*

*The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions by contributing 36%. Promotion has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions by contributing 21.2%. Product quality and promotion have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions by contributing 36.6%. Based on these results, Sariayu Martha Tilaar is advised to improve the packaging of her cosmetic products, extend the time during which they are promoted, increase the number of new advertisements she produces in a year, and boost the number of ad impressions in various media.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Consumer Purchase Decisions***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“(Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Pada Konsumen Di Kota Semarang)”**

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak sekali pihak baik secara materil maupun moril. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dengan segenap ketulusan hati. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T, selaku Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos, MAB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Widayanto, S.Sos., M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang senantiasa menuntun dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Prof. Drs. Sudharto Prawata Hadi MES, Ph.D. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari akan kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penyusunan Skripsi ini, sehingga saya menerima kritik dan saran bagi kemajuan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 2 Agustus 2023

Shofi Amara Rizki

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	4
ABSTRAK .....	5
<i>ABSTRACT</i> .....	6
KATA PENGANTAR .....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR .....	12
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
1.1. Latar Belakang .....	
1.2. Rumusan Masalah .....	
1.3. Tujuan Penelitian .....	
1.4. Manfaat Penelitian .....	
1.5. Kerangka Teori.....	
1.5.1. Perilaku Konsumen .....	
1.5.2. Keputusan Pembelian Konsumen .....	
1.5.3. Kualitas Produk.....	
1.5.4. Pemasaran .....	
1.5.5. Promosi .....	
1.6. Hubungan Antar Variabel .....	
1.6.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen.....	
1.6.2. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	
1.6.3. Hubungan Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen....	
1.7. Penelitian Terdahulu .....	
1.8. Hipotesis.....	
1.9. Definisi Operasional.....	
1.10. Metode Penelitian.....	
1.10.1. Lokasi .....	
1.10.2. Tipe Penelitian .....	
1.10.3. Populasi dan Sampel .....	
1.10.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	



1.10.5. Jenis dan Sumber Data .....	
1.10.6. Skala Pengukuran.....	
1.10.7. Teknik Pengumpulan Data .....	
1.10.8. Teknik Pengolahan Data .....	
1.10.9. Teknik Analisis Data.....	
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	
2.1. Sejarah.....	
2.2. Logo Sariayu Martha Tilaar .....	
2.3. Visi dan Misi .....	
2.3.1. Visi.....	
2.3.2. Misi.....	
2.4. Struktur Organisasi .....	
2.4.1. Deskripsi Jabatan .....	
2.5. Jenis Produk Kosmetik Sariayu .....	
2.5.1. Make Up.....	
2.5.2. Skin Care.....	
2.5.3. Body Care .....	
2.5.4. Hair Care .....	
2.6. Gambaran Identitas Responden.....	
2.6.1. Gambaran Usia Responden .....	
2.6.2. Gambaran Pekerjaan Responden.....	
2.6.3. Gambaran Pengeluaran Responden .....	
2.6.4. Gambaran Frekuensi Pembelian Responden terhadap Produk Sariayu .....	
2.6.5. Gambaran Jenis Produk.....	
<b>BAB III ANALISIS DATA.....</b>	
3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	
3.1.1. Uji Validitas .....	
3.1.2. Uji Reliabilitas .....	
3.2. Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian .....	
3.2.1. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk .....	
3.2.2. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	
3.2.3. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	
3.3. Analisis Data .....	
3.3.1. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	

3.3.2. Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	
3.3.3. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	
3.4. Pembahasan.....	
3.4.1. Analisis pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	
3.4.2. Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	
3.4.3. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	
3.4.4. Implikasi Manajerial .....	
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	
4.1. Kesimpulan .....	
4.2. Saran.....	
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Tahun 2019 – 2021 ....
Tabel 1. 2	Iklan Sariayu Martha Tilaar, Wardah dan Make Over.....
Tabel 1. 3	Penelitian Terdahulu .....
Tabel 1. 4	Definisi Operasional .....
Tabel 1. 5	Instrument Skala Likert.....
Tabel 1. 6	Interpretasi Koefisien Korelasi .....
Tabel 2. 1	Produk Make Up Sariayu .....
Tabel 2. 2	Produk Skin Care Sariayu .....
Tabel 2. 3	Produk <i>Body Care</i> Sariayu.....
Tabel 2. 4	Produk <i>Hair Care</i> Sariayu .....
Tabel 2. 5	Komposisi Responden Menurut Usia .....
Tabel 2. 6	Komposisi Responden Menurut Pekerjaan .....
Tabel 2. 7	Komposisi Responden Menurut Pengeluaran .....
Tabel 2. 8	Komposisi Responden Menurut Frekuensi Pembelian .....
Tabel 2. 9	Komposisi Responden Jenis Produk yang dibeli .....
Tabel 3. 1	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....
Tabel 3. 4	Hasil Uji Reliabilitas .....
Tabel 3. 5	Rekapitulasi Kualitas Produk.....
Tabel 3. 6	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....
Tabel 3. 7	Rekapitulasi Promosi .....
Tabel 3. 8	Kategorisasi Variabel Promosi .....
Tabel 3. 9	Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....
Tabel 3. 10	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....
Tabel 3. 11	Koefisien Korelasi Kualitas produk .....
Tabel 3. 12	Regresi Linear Sederhana Antara Kualitas produk.....
Tabel 3. 13	Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....
Tabel 3. 14	Regresi Linear Sederhana Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ....
Tabel 3. 15	Koefisien Korelasi .....
Tabel 3. 16	Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Promosi.....
Tabel 3. 17	Uji F Kualitas Produk dan Promosi .....

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Top Product Penjualan .....	
Gambar 1. 2 Nilai Penjualan Perusahaan Kosmetik per Bulan 2020 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia .....	
Gambar 1. 3 Ulasan Moisturizer Mawar Sariayu Martha Tilaar .....	
Gambar 1. 4 Ulasan Solusi Organic Eye Cream Sariayu Martha Tilaar.....	
Gambar 1. 5 Ulasan Duo Lip Color Sariayu Martha Tilaar .....	
Gambar 1. 6 Kerangka Pikir.....	
Gambar 2. 1 Logo Sariayu Martha Tilaar .....	
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi.....	
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	
Gambar 3. 3 Kurva Uji F Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	