



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA
SEMARANG**

(Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata-1

Disusun Oleh :

Erika Vivita Mustika Ningrum

14020217140043

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

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Erika Vivita Mustika Ningrum

NIM : 14020217140043

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 28 September 2021



Erika Vivita Mustika Ningrum

NIM 14020217140043

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Erika Vivita Mustika Ningrum

NIM : 14020217140043

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.

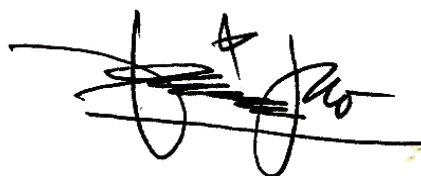
Semarang, 28 September 2021

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.
NIP. 19640827 199001 1 001

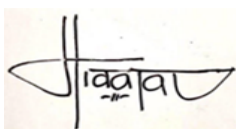
Wakil Dekan I



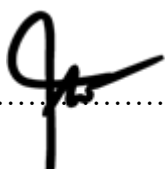
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

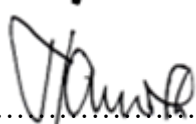

(.....)

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


(.....)

Dosen Penguji

Drs. Handojo Djoko Waloejo M.Si


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan.

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

- Allah SWT atas limpahan rahmat, rejeki, kesehatan, kemudahan dan kekuatan yang selalu diberikan.
- Ayah dan Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan juga motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga saya dapat terus membanggakan dan membahagiakan kedua orang tua saya.
- Kakak saya Aurilia Anila yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada saya.
- Adik saya Yusnia Ainun dan Felisa Numeria Anjani yang selalu ada untuk saya yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan untuk saya.
- Teman kuliah saya Evita Rosa, Adella Diesta, yang selalu membantu selama kuliah dan selalu membantu jika saya butuhkan.
- Sahabat SMA saya yang selalu memberikan motivasi.
- Bagus Wira yang selalu membantu, memberikan semangat, dan selalu mendengarkan keluh kesah saya.
- Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu saya selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
- Angkatan 2017 Administrasi Bisnis yang telah membantu dan menemani saya selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA
SEMARANG**

(Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang)

ABSTRAK

Saat ini kosmetik merupakan salah satu kebutuhan penting bagi seorang wanita karena digunakan untuk menunjang penampilan mereka agar terdapat terlihat lebih cantik dan menarik. Hal ini juga yang mendorong meningkatnya pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia. Salah satu kosmetik yang ada di Indonesia adalah Wardah yang dimana produk kosmetik Wardah ini merupakan kosmetik dari Indonesia yang berlabel halal dan sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia termasuk di Kota Semarang. Berbagai usaha pun dilakukan wanita untuk terus tampil cantik salah satunya yaitu dengan menggunakan kosmetik untuk mempercantik wajah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan produk kosmetik Wardah sebanyak minimal 1 kali. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 beserta analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan meliputi uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada produk kosmetik Wardah diperlukan dapat meningkatkan kualitas produk yang baik sehingga dapat memberikan hasil sesuai kegunaannya dan dapat dipercaya oleh konsumen, membuat produk yang membuat kulit konsumen tidak mengalami iritasi, membuat produk kosmetik Wardah dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama, membuat komunikasi secara intensif dengan konsumen agar produk mudah dikenal sehingga dapat menarik perhatian konsumen, dan perlu meningkatkan daya tarik yang baik agar konsumen tidak berpindah ke produk yang lain. Serta melakukan strategi yang tepat sehingga bisa mendorong terjadinya keputusan pembelian di kalangan konsumen Wardah.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE
PURCHASE DECISION OF WARDAH COSMETIC PRODUCTS IN
SEMARANG CITY (Study on Wardah Cosmetics Consumers in Semarang
City)**

ABSTRACT

Currently, cosmetics are one of the important needs for a woman because it is used to support their appearance so that they look more beautiful and attractive. This also encourages the increasing growth of the cosmetic industry in Indonesia. One of the cosmetics in Indonesia is Wardah, where Wardah cosmetic products are cosmetics from Indonesia that are labeled halal and have been spread throughout Indonesia, including in the city of Semarang. Various attempts were made by women to continue to look beautiful, one of which is by using cosmetics to beautify the face. This study was conducted to determine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions of Wardah cosmetic products in Semarang City. This type of research is explanatory research with purposive sampling method. The data collection technique used a questionnaire to 100 respondents who had used Wardah cosmetic products at least 1 time. The data analysis method used is regression analysis using the SPSS version 25 application along with quantitative analysis. The analysis includes validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple regression, significance of T test and F test. The results show that product quality and brand image partially influence purchasing decisions. Based on the results of the analysis that has been done, the researchers suggest that Wardah cosmetic products are needed to improve the quality of good products so that they can provide results according to their use and can be trusted by consumers, make products that make consumers' skin not irritated, make Wardah cosmetic products can be used in the long term. a long time, making intensive communication with consumers so that the product is easily recognized so that it can attract the attention of consumers, and it is necessary to increase good attractiveness so that consumers do not switch to other products. And carry out the right strategy so that it can encourage purchasing decisions among Wardah consumers.

Keywords: product quality, brand image, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang (Studi pada konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku Ketua Prodi S-1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si dan Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

7. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 21 Agustus 2021



Erika Vivita Mustika Ningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori/Konsep	11
1.5.1 Perilaku konsumen	11
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	15
1.5.3 Kualitas Produk.....	17
1.5.4 Citra Merek	17
1.5.5 Hubungan Variabel Independen dengan Variabel Dependen	19
1.6 Penelitian Terdahulu	21
1.7 Hipotesis.....	22
1.8 Definisi Konseptual.....	24
1.9 Definisi Operasional.....	24

1.9.1	Variabel Independen (X)	25
1.9.2	Variabel Terikat (Y)	26
1.10	Metode Penelitian	26
1.10.1	Tipe Penelitian	26
1.10.2	Populasi dan Sampel	26
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel	27
1.10.4	Jenis dan Sumber Data	28
1.10.5	Skala Pengukuran	29
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data	31
1.10.7	Teknik Pengolahan Data	31
1.10.8	Instrumen Penelitian	33
1.10.9	Teknik Analisis Data	33
BAB II GAMBARAN UMUM PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DAN PROFIL		
GAMBARAN UMUM PT PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DAN PROFIL RESPONDEN		
	40
2.1	Gambaran Umum	40
2.2	Visi Dan Misi	42
2.2.1	Visi Perusahaan	42
2.2.2	Misi Perusahaan	43
2.3	Prinsip Wardah	43
2.4	Logo Wardah	43
2.5	Struktur Organisasi <i>Distribution Centre</i> Semarang	44
2.6	Produk Kosmetik Wardah	46
2.6.1	Bedak	46
2.6.2	Lipstick	47

2.6.3	Foundation	48
2.6.4	Eye Make Up.....	49
2.6.5	Blush On	49
2.7	Identitas Responden	50
2.7.1	Jenis Kelamin Responden	51
2.7.2	Responden berdasarkan Umur	51
2.7.3	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
2.7.4	Responden berdasarkan Pendapatan	53
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
3.1.1	Uji Validitas	57
3.1.2	Uji Reliabilitas	60
3.2	Analisis dan Hasil Penelitian	61
3.2.1	Variabel Kualitas Produk	61
3.2.2	Variabel Citra Merek.....	73
3.2.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	81
3.3	Analisis Data.....	88
3.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	88
3.3.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	93
3.3.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	98
3.4	Pembahasan	102
4.1	Kesimpulan	109

4.2	Saran.....	110
	DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 1. 2 Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang	23
Gambar 1. 3 Kurva Uji T	38
Gambar 1. 4 Kurva Uji f	39
Gambar 2. 1 Logo Wardah.....	44
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT PTI DC Semarang.....	45
Gambar 2. 3 Produk Bedak	47
Gambar 2. 4 Produk Lipstick	48
Gambar 2. 5 Produk Foundation	48
Gambar 2. 6 Produk Eye Make Up	49
Gambar 2. 7 Produk Blush On	50
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	93
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.....	98
Gambar 3. 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Kategori Lipstik	5
Tabel 1. 2 Top Brand Indeks Kategori Pelembab Wajah.....	6
Tabel 1. 3 Data Penjualan Tahun 2016-2019.....	7
Tabel 1. 4 Jumlah Outlet Wardah di Kota Semarang tahun 2016-2019.....	8
Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 1. 6 Instrumen Skala Likert.....	30
Tabel 1. 7 Pedoman Interpelasi Koefisien Korelasi	36
Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 2. 4 Identitas Responden Menurut Pekerjaan.....	54
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	58
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	59
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 3. 5 Produk kosmetik Wardah mampu memberikan hasil dari pengguna produk yang diinginkan.....	62
Tabel 3. 6 Produk kosmetik Wardah dapat membuat semakin percaya diri dalam penampilan.....	64
Tabel 3. 7 Produk kosmetik Wardah tidak membuat kulit iritasi	65
Tabel 3. 8 Produk kosmetik Wardah sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan.....	66
Tabel 3. 9 Produk kosmetik Wardah dapat bertahan lama.....	67
Tabel 3. 10 Produk kosmetik Wardah memiliki tampilan yang menarik.....	68
Tabel 3. 11 Produk kosmetik Wardah memiliki bau harum natural	69
Tabel 3. 12 Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	72
Tabel 3. 14 Merek Produk kosmetik Wardah mudah di ingat	74
Tabel 3. 15 Reputasi dari produk kosmetik Wardah baik	75

Tabel 3. 16 Produk kosmetik Wardah memiliki daya tarik yang baik.....	76
Tabel 3. 17 Produk kosmetik Wardah memiliki keunggulan dari produk lain	77
Tabel 3. 18 Rekapitulasi Variabel Citra Merek	78
Tabel 3. 19 Kategorisasi Variabel Citra Merek	80
Tabel 3. 20 Membeli Produk kosmetik Wardah karena sesuai dengan keinginan.....	82
Tabel 3. 21 Yakin atas keputusan memilih untuk membeli Produk kosmetik Wardah ...	83
Tabel 3. 22 Merekomendasikan Produk kosmetik Wardah kepada orang lain	84
Tabel 3. 23 Melakukan pembelian ulang terhadap Produk kosmetik Wardah.....	85
Tabel 3. 24 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	86
Tabel 3. 25 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel 3. 26 Tabulasi Silang Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	89
Tabel 3. 27 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	90
Tabel 3. 28 Regresi Linear Sederhana antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 3. 29 Tabulasi Silang Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 3. 30 Koefisien Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	95
Tabel 3. 31 Regresi Linear Sederhana antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	96
Tabel 3. 32 Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 3. 33 Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 3. 34 Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	101

