

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survei Pada Pengguna Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Masyarakat

Disusun Oleh:

PUTRI DWYNITASARI

20200510327



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survey Pada Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

PUTRI DWYNITASARI
20200510327

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP.196205081987031003

Penguji II,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

Penguji III,



Dr. Novi Satria Pradja S.E., M.Pd
NIK. 41038072262

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survey Pada Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

PUTRI DWYNITASARI
20200510327

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP.196205081987031003



Yasir Maulana, S.E., M.M
NIK. 410109810237

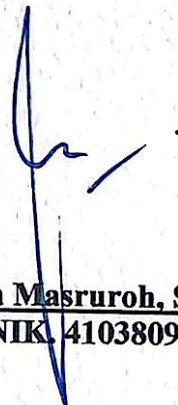
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Pengguna Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sangki yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya saya ini, atas adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 23 April 2024

Yang membuat pernyataan



PUTRI DWYNITASARI

NIM. 20200510327

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya, (Qs Al baqarah : 286)

Hal apapun itu dalam hidup jika kamu tidak pernah dan takut untuk mencoba, kamu tidak akan pernah tau hasilnya. Ambil langkah pertama untuk mencoba, maka kamu akan melihat hasilnya sendiri.

Bermimpi setinggi langit, bersabar seperti ibu, berjuang seperti bapak dan berproses seperti padi. Berjuang itu tidak harus berisik, perlahan namun pasti.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan yang terutama untuk kedua orang tuaku yang sudah memberikan doa dan banyak hal yang terbaik sehingga saya bisa berada pada titik ini dan berhasil menempuh pendidikan (S1).

Dan kepada semua orang yang sudah memberikan motivasi, bimbingan dan dorongan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

PUTRI DWYNITASARI 20200510327. 2024. PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Pengguna Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan). Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. H. Iskandar, M.M. Pembimbing II Yasir Maulana, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kredibilitas *influencer* terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengguna pelembab wardah di kabupaten Kuningan. Penulis menggunakan metode penelitian yaitu metode survey dan telah menyebarkan kuesioner melalui googleform kepada 100 responden. Teknik pengukurannya menggunakan skala interval. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan SPSS versi 23. Hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan memperoleh kesimpulan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) kredibilitas *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kredibilitas *Influencer*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

PUTRI DWYNITASARI 20200510327, 2024. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND INFLUENCER CREDIBILITY ON PURCHASE DECISIONS: A Survey of Wardah Moisturizer Users in Kuningan Regency. Thesis. Management Study Program, Brass University. Supervisor I: Dr. H. Iskandar, M.M.; Supervisor II: Yasir Maulana, S.E., M.M.

This research aims to examine the influence of product quality, price perception, and influencer credibility on purchasing decisions among users of Wardah moisturizer in Kuningan Regency. The author employed a survey method and distributed questionnaires via Google Form to 100 respondents. The measurement technique used an interval scale. Data analysis was conducted using SPSS Version 23. The test results of the proposed hypotheses conclude that (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) price perception positively influences purchasing decisions, and (3) influencer credibility also plays a significant role in purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Influencer Credibility, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mengikuti ujian sidang seminar hasil penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Skripsi ini berjudul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** (Survey Pada Pengguna Produk Pelembab Wardah Di Kabupaten Kuningan)”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Walaupun demikian penulis berharap agar skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dari berbagai pihak yang sangat berharga sekali, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga terwujudnya skripsi ini.

Kuningan, Desember 2023
Penulis,

PUTRI DWYNITASARI
NIM. 2020051032

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini khususnya dengan setulus hati dan penuh rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kredibilitas *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua cinta pertama saya Ayah Didi Rasidi dan Mamah saya tercinta Inah Asnah yang selalu memberikan dukungan moril maupun materi, arahan dan do'a yang tiada henti selama menjalani pendidikan di Universitas Kuningan. Terimakasih selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberikan semangat dan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih saja tidak cukup untuk membalas kebaikan kalian.
2. Dr. H. Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing I, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Yasir Maulana, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Dr. H. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
7. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dan membantu kelancaran skripsi ini.

8. Teruntuk kakakku Khalid Rizki Pratama yang selalu membantu, membimbing dan memberikan dorongan saat mengerjakan skripsi, serta adikku Khairul Azzam yang selalu memberikan semangat dan do'a untuk kelancaran dan keberhasilan ini.
9. Teruntuk kembaranku tersayang Putri Hanna Taqiya yang selalu ada saat saya berkeluh kesah, mendukung dan membantu saya saat ada kesulitan dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Teruntuk sahabat-sahabat saya, Arika Pridayanti, Anida Noer Alamanda, Tiara Putri Amanda, Gitana Tri Andimas dan Andini Nur Febriyana yang sudah menjadi sahabat terbaik saya kurang lebih selama 7 tahun. Selalu siap sedia mendengarkan keluh kesah saya serta selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penulisan skripsi.
11. Teruntuk sahabat seperjuanganku Dela Sastika dan Falin Audina Azhella yang selalu ada disaat saya berkeluh kesah, selalu senantiasa memberikan semangat dan mendo'akan dengan tulus untuk kelancaran skripsi ini.
12. Keluarga Manajemen D 2020 yang sama-sama berjuang dan saling membantu dari pertama masuk Universitas Kuningan hingga akhir pembuatan skripsi.
13. Untuk teman-teman yang tidak bisa saya ucapkan satu-persatu dan semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan. Terimakasih telah menemani penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Kuningan, 23 April 2024
Penulis

PUTRI DWYNITASARI
NIM. 20200510327

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Konsep Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Kualitas Produk	15
2.1.4 Persepsi Harga.....	18
2.1.5 Kredibilitas <i>Influencer</i>	21
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	23
2.1.7 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Berpikir	31
2.3 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Operasionalisasi Variabel	36
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Uji Instrumen	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Realibilitas.....	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.7 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.1 Uji Normalitas	45
3.7.2 Uji Multikolineritas	45
3.8 Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis.....	46
3.8.1 Koefisien Determinasi	46
3.8.2 Uji F (Simultan).....	46
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.8.4 Uji-t (Parsial).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Pelembab Wardah	49
4.1.2 Profil Responden	50
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.1.5 Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis	63
4.2. Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kredibilitas <i>Influencer</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	67

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68
4.2.3 Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
4.2.4 Pengaruh Kredibilitas Influencer (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Pelembab Wajah	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Pelembab Wajah	3
Tabel 1. 3 Data Hasil Pra-Survey	3
Tabel 1. 4 Data Hasil Pra-Survey	4
Tabel 1. 5 Data Hasil Pra-Survey	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Interval	40
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kuesioner	40
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	42
Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskripsi Statistik Kualitas Produk (X1).....	51
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskripsi Statistik Persepsi Harga (X2)	53
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskripsi Statistik Kredibilitas <i>Influencer</i> (X3).....	55
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskripsi Statistik Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi dan Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	33
Gambar 4. 1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	54
Gambar 4. 2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	57
Gambar 4. 3 Deskripsi Variabel Kredibilitas <i>Influencer</i>	59
Gambar 4. 4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Penelitian
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner Penelitian
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 23
- Lampiran V : Daftar Riwayat Hidup