

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,  
DAN FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK JAFRA SKINCARE**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**IRMA MELATI SUKMA**  
**B 100170239**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN FITUR  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JAFRA  
SKINCARE**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**IRMA MELATI SUKMA**  
**B100170239**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Juni 2021

Pembimbing



**(Basworo Dibyso, S.E., M.Si.)**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)**

NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS DAN FITUR  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JAFRA  
SKINCARE

Oleh:

**IRMA MELATI SUKMA**  
**B100170239**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 14 Juni 2021  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Sri Murwanti, S.E., M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Basworo Dibyo, S.E., M.Si.

(Anggota II Dewan penguji)

()

()

()

Mengetahui,

Dekan-Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP. 19570217 1986 031 001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

NAMA : Irma Melati Sukma

NIM : B100170239

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Jafra Skincare

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat dari karya orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Surakarta, 14 Juni 2021  
Yang membuat pernyataan



Irma Melati Sukma

## **MOTTO**

**Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri.**

**(QS. Al-Isra' : 7)**

**Hidup adalah sepuluh persen dari apa yang terjadi padamu dan Sembilan  
puluh persennya adalah bagaimana kamu menanggapi.**

**(Lou Holtz)**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan nikmat karunianya sehingga terselesaikan skripsi ini, penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, nikmat dan hidayahnya agar skripsi ini beralan lancar.
2. Rasulullah SAW semoga sholawat serta salam tercurahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat.
3. Bapak Prof.Dr.H.Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Dr. Syamsudin, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
5. Bapak Imronudin, S.E., M.Si Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
6. Bapak Basworo Dibyo, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyempatkan untun membimbing dalam menyusun laporan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya (keluarga) yang selalu mendukung dan membantu dalam keadaan apapun.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Jafra skincare di Solo raya. Mengetahui pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk Jafra skincare di Solo raya. Mengetahui pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian produk Jafra skincare di Solo raya. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori (kausal) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa data primer, yang berarti data didapatkan secara langsung dari objek atau subjek penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 54 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden dari penelitian ini yaitu konsumen dan calon konsumen yang berminat menggunakan produk Jafra skincare, berusia diatas 17 tahun, dan berdomisili di Solo raya. Teknik analisis data menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 20. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi kualitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci :** persepsi harga, persepsi kualitas, fitur produk, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

This study aims to: Determine the effect of price perception on purchasing decisions for Jafra skincare products in Solo Raya. Knowing the effect of perceived quality on purchasing decisions for Jafra skincare products in Solo Raya. Knowing the effect of product features on purchasing decisions for Jafra skincare products in Solo Raya. This type of research is explanatory (causal) and the use of a quantitative approach. The data that will be used in this study are primary data, which means data obtained directly from the objek or research subjects. The sample used in this study was 54 respondents using purposive sampling technique. Respondents from this study are consumers and prospective consumers who are interested in using Jafra skincare products, aged over 17 years, and domiciled in Solo Raya. The data analysis technique uses SPSS (Statistical Program for Social Science) version 20 software. Price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions. Perceived quality has no positive and significant effect on purchasing decisions. Product features have a positive and significant effect on purchasing decisions

**Keywords:** perception of price, perception of quality, product features, purchase decision.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, ketabahan, serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Jafra Skincare”**. Tidak lupa sholawat serta salam yang senantiasa tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menghantarkan kita menjadi umat pilihan demi menuju Ridho-Nya.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat penulis apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 2021

Penulis

**Irma Melati Sukma**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	5
BAB II     LANDASAN TEORI.....	7
A. Tinjauan Teori .....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	12
C. Hipotesis.....	16
D. Kerangka Pemikiran .....	19
BAB III    METODE PENELITIAN .....	20
A. Jenis Penelitian .....	20
B. Populasi dan Sampel.....	20
C. Data dan Sumber Data.....	21
D. Metode Pengumpulan Data .....	22

	E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	22
	F. Metode Analisis Data .....	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	29
	A. Sejarah Singkat .....	29
	B. Karakteristik Responden .....	30
	C. Analisis Data .....	32
	D. Uji Hipotesis .....	36
	E. Pembahasan .....	41
BAB V	PENUTUP .....	44
	A. Kesimpulan .....	44
	B. Keterbatasan Penelitian .....	45
	C. Saran .....	45
	DAFTAR PUSTAKA .....	47
	LAMPIRAN .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel IV.2. Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel IV.3. Responden Berdasarkan Domisili.....	31
Tabel IV.4. Hasil Validitas $X_1$ (Persepsi Harga).....	32
Tabel IV.5. Hasil Validitas $X_2$ (Persepsi Kualitas) .....	32
Tabel IV.6. Hasil Validitas $X_3$ (Fitur Produk) .....	32
Tabel IV.7. Hasil Validitas $X_3$ (Fitur Produk) .....	32
Tabel IV.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel IV.9. Hasil Uji Normalitas dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov	34
Tabel IV.10. Hasil Uji Multikolinearitas .....	35
Tabel IV.11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
Tabel IV.12. Hasil Uji F.....	40
Tabel IV.13. Hasil Uji R Square .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1. Model Penelitian.....	19
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	49
Lampiran 2. Karakteristik Responden .....	52
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas (Persepsi Harga $X_1$ ) .....	33
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas .....	60
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Lampiran 8. Hasil Uji Linear Berganda dan Uji t.....	63
Lampiran 9. Hasil Uji F .....	64
Lampiran 10. Hasil Uji R.....	65
Lampiran 11. Data Penelitian.....	66