

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH**  
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**TESIS**



Diajukan Oleh:

**Nur Isnaini**

**20131020073**

**PROGRAM STUDI MAGSITER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2016**

TESIS


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH**  
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**Diajukan Oleh:**

**Nur Isnaini  
(20131020073)**

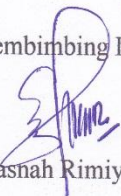
**Telah Disetujui Oleh:**

Pembimbing I

  
Dr. Susanto, MS.

Tanggal .....

Pembimbing II

  
Hasnah Rimiyati, SE, M.Si

Tanggal .....

TESIS


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH  
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**


Diajukan Oleh:  
Nur Isnaini  
20131020073

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal .....April 2016


Yang terdiri dari

  
Dr. Siti Dyah Handayani  
Ketua Tim Penguji

  
Dr. H. Susanto, MS  
Anggota Tim Penguji

  
Hasnah Rimiati, SE, M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Ketua Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono

## PERNYATAAN

Penulis menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya penulis sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dalam tesis ini telah penulis nyatakan dengan benar. Demikian pernyataan ini penulis buat sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang klaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka penulis bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, April 2016

Pembuat pernyataan :



## MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).”

(Qs. Al-Insyiroh: 6-7).

“Sesungguhnya kau memberi balasan kepada mereka, sesungguhnya mereka itulah orang-orang yang menang.” (Qs Al-Mu’minuun 111)

“Allah akan menaikkan orang-orang yang beriman dari kamu dan orang-orang yang berilmu dengan derajat.”

(Qs Al-Mujadilah: 11)

Asal...kecil suka dan muda terkenal, tua kaya raya, mati masuk surga (My Self)

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karyaku ini dengan tulus untuk orang-orang yang berarti dalam hidupku dan selalu berdo'a keberhasilanku.

1. Bapak dan mamaku tercinta yang tiada lelah mendoakan, memberikan dorongan dan membimbingku dengan penuh kasih sayang.
2. Saudara-saudaraku tercinta yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam menuntut ilmu untuk belajar.
3. Dosen-dosenku tercinta, terima kasih atas ilmu yang diberikan kepadaku dan dukungannya
4. Teman-teman seperjuanganku magister manajemen angkatan 2013 dan 2014 yang selalu memberikan support baik dalam suka duka.
5. Kekasihku tercinta, terima kasih atas doa dan dukungannya
6. Almamaterku tercinta.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan hidayah-Nya berupa kenikmatan iman dan islam serta nikmat kesehatan yang tidak ternilai harganya. Hanya dengan ijin-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh derajat sarjana strata 2 (S-2) pada Pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan semua pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Susanto MS dan Ibu Dra. Hasnah Rimiyati, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 dan 2, yang telah memberikan bimbingan masukan, dan motivasi selama proses penyelesaian tesis.
3. Semua pihak yang telah memberi dukungan, semangat, dorongan dan kemudahan dalam proses penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari apa yang telah dilakukan dan disusun ini masih jauh dari kesempurnaan, meski demikian penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat sebagai informasi kajian selanjutnya.

Wassalammu'alaikum wr. Wb

Yogyakarta, April 2016

## DAFTAR ISI

Halaman	
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	ii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iii
<b>Halaman Pernyataan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto</b> .....	v
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Tabel</b> .....	x
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xiii
<b>Intisari</b> .....	xiv
<b>Abstract</b> .....	xv
<b>I. PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1 1 Kualitas Produk.....	11
2.1 2 Harga.....	13
2.1 3 Citra Merek.....	16
2.1 4 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	31
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	36
3.1 Obyek/Subyek Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Jenis Data Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38



3.6 Metode Analisis Data.....	41
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambar Umum Kosmetik Wardah.....	48
4.1.1 Sejarah Kosmetik Wardah.....	48
4.1.2 Produk Kosmetik Wardah.....	50
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.4 Struktur Organisasi.....	52
4.1.5 Tiga Prinsip Kosmetik Wardah.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Profil Responden.....	53
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.2.3 Analisis Deskripsi.....	60
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	81
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	82
4.3 Pembahasan.....	88
<b>V. Simpulan, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>92</b>
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Keterbatasan.....	93
5.3 Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rating Produk Kosmetik Bedak <i>Top Brand Award</i> .....	3
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1	Fakultas Responden.....	54
Tabel 4.2	Asal Daerah Responden.....	55
Tabel 4.3	Usia Responden.....	56
Tabel 4.4	Uang Saku Responden.....	57
Tabel 4.5	Uji Validitas.....	58
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.7	Kosmetik Wardah Memiliki Kualitas Yang Baik.....	60
Tabel 4.8	Kosmetik Wardah Cocok Untuk Jenis Kulit Saya.....	60
Tabel 4.9	Kosmetik Wardah Memiliki Masa Pakai (Kadaluarsa) Yang Lama.....	61
Tabel 4.10	Kualitas Kosmetik Wardah Memiliki Keksesuaian Yang Ditawarkan Melalui Iklan.....	61
Tabel 4.11	Kosmetik Wardah Aman Digunakan Karena Berlabel Halal Dan Sudah Terdaftar Di BPOM.....	62
Tabel 4.12	Kosmetik Wardah Salah Satu Variannya Bisa Mencerahkan Kulit..	62
Tabel 4.13	Kosmetik Wardah Tidak Menimbulkan Masalah Pada Kulit.....	63
Tabel 4.14	Saya Selalu Merasa Nyaman Memakai Kosmetik Wardah.....	63
Tabel 4.15	Desain Kemasan Kosmetik Wardah Unik.....	64
Tabel 4.16	Warna Kemasan Produk Kosmetik Wardah Menarik.....	64
Tabel 4.17	Produk Kosmetik Wardah Memiliki Reputasi Kuat Berkualitas dan Nyaman Digunakan.....	65
Tabel 4.18	Kosmetik Wardah Cepat Meng Up To Date Teknologi Terbaru Untuk Mampu Memperbaiki Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.19	Harga Produk Kosmetik Wardah Yang Terjangkau Bagi Saya.....	66
Tabel 4.20	Harga Produk Kosmetik Wardah Yang Saya Pakai Sesuai Dengan Kualitas Yang Saya Rasakan.....	66
Tabel 4.21	Harga Produk Kosmetik Yang Saya Pakai Sesuai Dengan Manfaat Yang Saya Rasakan.....	67
Tabel 4.22	Harga Produk Kosmetik Wardah Yang Saya Pakai Mampu Bersaing Dengan Harga Produk Yang Sejenis.....	67
Tabel 4.23	Merek Produk Kosmetik Wardah Mudah Diingat.....	68
Tabel 4.24	Merek Produk Kosmetik Wardah Mudah Dikenal.....	69
Tabel 4.25	Merek Produk Kosmetik Wardah Mempunyai Reputasi Yang Baik dan Terpercaya.....	69
Tabel 4.26	Saya Membeli Kosmetik Wardah Karena Kebutuhan.....	70

Tabel 4.27 Saya Mengetahui Informasi Mengenai Kosmetik Wardah Dari Keluarga/ Teman.....	70
Tabel 4.28 Saya Mengetahui Informasi Mengenai Kosmetik Wardah Dari Iklan.....	71
Tabel 4.29 Saya Mengetahui Kosmetik Wardah Karena Saya Pernah Menggunakannya.....	72
Tabel 4.30 Saya Lebih Memilih Produk Kosmetik Wardah Dibandingkan Dengan Produk Kosmetik Lain.....	72
Tabel 4.31 Kosmetik Wardah Merupakan Produk Kosmetik Yang Saya Sukai.	73
Tabel 4.32 Saya Merasa Puas Setelah Membeli Produk Kosmetik Wardah.....	73
Tabel 4.33 Karena Saya Puas, Saya Akan Membeli Produk Kosmetik Wardah Lagi.....	74
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik.....	77
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4.36 Hasil Uji Heteroskedasitas Secara Statistik (Uji Glejser).....	81
Tabel 4.37 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	82
Tabel 4.38 Hasil Uji F Hitung (Simultan).....	83
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pendekatan Strategi Dalam Penetapan Harga.....	14
Gambar 2.2 Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen.....	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-plot.....	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Charts Scatterplot.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Mentah Jawaban Responden

Lampiran 3. Data Output Hasil Profil Responden

Lampiran 4. Data Output Hasil Kuesioner

Lampiran 5. Data Output Hasil Uji Instrumen

Lampiran 6. Data Output Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Data Output Hasil Uji Regresi

Lampiran 8. Data Output Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9.  $F_{tabel}$  dan  $t_{tabel}$

## **Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan dan melakukan pembelian produk kosmetik wardah.

Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 135 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh merupakan data primer. Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R*) adalah 0.415 yang berarti semua variabel independen dapat menjelaskan sebesar 41.5% terhadap variabel dependen. Sementara sisanya 58.5% dapat dijelaskan oleh faktor lainnya yang diuji dalam penelitian. Wardah diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan keunggulan-keunggulan terhadap kualitas produk, harga yang lebih terjangkau dan reputasi citra merek yang lebih baik demi menjaga kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek,dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of product quality, price, and brand image towards purchase decision cosmetic products Wardah. The population in this study are collage Muhammadiyah University of Yogyakarta which use and make purchase decision making cosmetic products Wardah.*

*The sampel was used in this research are 135 responden by using purposive sampling method. The data retrieved is the primary data. This research data collection techniques with deployment questionnaire. The analysis's method using a multiple linear regression analysis and hypothesis test.*

*The result of research based on simultaneous and partially test, it is proved that the product quality, price and brand image have significant influence on purchase decision. The value of adjusted R is 0.415, it means all independet variable can be explained 41.5% toward dependet variable. While reamining 58.5% was explained by other factors which were not examined in this research. Wardah expected to maintain and improve the excellence's of product quality, affordable price and reputation of a better brand image in order to maintain consumer confidence.*

*Key words: Product quality, price, brand image and purchasing decisions.*

