

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION ZABEERABEAUTY PADA PT. NURU GLOBAL COSMETICS

Albertus Maria Setyastanto¹, Ari Wahyu Leksono^{2(*)}, Ary Fiyanto³, Agus Abdillah⁴

¹⁻⁴Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

¹setyastantoalbertus@yahoo.co.id, ²arilordw@gmail.com, ³afstudent@gmail.com, ⁴abdillahagus518@gmail.com

Abstract

Received: 04 Juni 2024

Revised: 04 Juni 2024

Accepted: 07 Juni 2024

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian klien Distributor PT Nuru Global Kosmetik. Desain deskriptif analitis kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Sampel penelitian untuk penelitian ini berjumlah 128 responden atau seluruh konsumen yang pernah mencoba produk body lotion zabeerabeauty. Teknik sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling yang dikombinasikan dengan random sampling. Prosedur analisis data yang dilakukan antara lain adalah pengujian instrumen data, pengujian asumsi konvensional, pengujian regresi linier berganda, pengujian korelasi, pengujian determinasi, dan pengujian hipotesis. Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) keduanya berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara bersamaan, sesuai dengan temuan penelitian. Uji hipotesis yang menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau $15,818 > 1,996$ menunjukkan hal tersebut. Hal ini semakin didukung dengan nilai $\rho < \text{Sig.}0.05$ atau $(0,000 < 0,005)$. Akibatnya H_0 ditolak sedangkan H_a disetujui. Nilai t hitung $> t$ tabel atau $3,026 > 1,996$ berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini semakin didukung dengan nilai $\rho < \text{Sig.}0.05$ atau $(0,004 < 0,005)$. Akibatnya H_0 ditolak sedangkan H_a disetujui. Melalui uji hipotesis diperoleh nilai Fhitung $> Ftabel$ atau $(192,183 > 3,14)$; hal ini semakin diperkuat dengan nilai $\rho < \text{Sig.}0.05$, atau $(0,000 < 0,05)$. Akibatnya H_0 ditolak sedangkan H_a disetujui. Oleh karena itu, harga dan kualitas produk memiliki dampak simultan terhadap keputusan pembelian.

Keywords: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

(*) Corresponding Author: arilordw@gmail.com

INTRODUCTION

Kemajuan zaman saat ini sudah semakin kekinian, hal ini terlihat dari adanya pergeseran atau modifikasi rutinitas hampir di segala aspek, yaitu teknologi. Pola hidup dan kebiasaan masyarakat semakin berubah akibat kehadiran dan pertumbuhannya. Salah satu manfaatnya adalah konsumen lebih mudah berbisnis secara online, yang kadang disebut dengan belanja online. Kuantitas barang dan jasa yang ada di pasar semakin meningkat karena semakin banyaknya pengusaha yang bergabung di pasar tersebut. Mengenai persyaratan dasar, sekunder, dan bahkan tersier. Sekarang, pelanggan peduli dengan manifestasi mereka untuk menyokong kelas sosial dan karier mereka. Pelanggan percaya bahwa berpenampilan baik membantu seseorang mendapatkan penerimaan dalam lingkungan sosial di zaman sekarang ini. Salah satunya adalah perawatan wajah atau skincare yang saat ini cukup populer baik di kalangan jenis kelamin maupun demografi. Perawatan kulit adalah suplemen harian yang sangat berguna yang dapat digunakan individu untuk menjaga diri sendiri dengan baik, agar konsumen berhati-hati dalam

memilih dan memahami kandungan produk perawatan kulit yang dijual suatu perusahaan dan memiliki kulit yang sehat. PT Nuru Global Cosmetics salah satu cntooh dari beberapa perusahaan yang kini ramai memproduksi dan memasarkan produk kecantikan kepada masyarakat umum.

Berbicara tentang kecantikan, setiap orang memiliki standar pengukuran yang berbeda-beda tergantung sudut pandangnya. Penilaian terhadap kecantikan ini kemudian melahirkan tolak ukur baru, yaitu ukuran wajah dan tubuh yang dianggap sesuai dengan kebutuhan sebagian besar masyarakat. Kategori standar kecantikan saat ini harus mencakup perawatan tubuh untuk kesehatan dan daya tarik (Montolalu et al., 2021). Meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk perawatan kulit dan kecantikan menyebabkan pesatnya pertumbuhan bisnis kosmetik. Sehubungan dengan hal tersebut, PT. Nuru Global Cosmetics adalah salah satu perusahaan terkemuka di sektor kosmetik, menyediakan berbagai macam barang mutakhir untuk memenuhi permintaan pelanggan yang berbeda. Produk kebanggannya adalah Body Lotion ZabeeraBeauty, sebuah produk perawatan kulit yang telah dikenal luas di pasaran.

Body Lotion ZabeeraBeauty tidak hanya sekadar sebuah produk perawatan kulit biasa, ia merupakan manifestasi dari upaya PT. Nuru Global Cosmetics dalam memberikan solusi terbaik bagi konsumen dalam menjaga kesehatan dan kecantikan kulit mereka. Namun, dalam pasar yang semakin kompetitif ini, faktor-faktor seperti harga dan kualitas produk menjadi sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, memiliki tujuan mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Body Lotion ZabeeraBeauty. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana konsumen merespons harga dan kualitas produk, kami berharap dapat memberikan wawasan berharga bagi PT. Nuru Global Cosmetics dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan menguraikan sumber daya yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, kita dapat memperoleh hasil yang bagus tentang sikap konsumen dalam konteks produk mengurus kulitnya. Penelitian ini juga memiliki relevansi yang luas dalam memperkaya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan perilaku konsumen di pasar kosmetik.

Dalam pendahuluan ini, kami akan menjelaskan lebih lanjut tentang latar belakang industri kosmetik, profil PT. Nuru Global Cosmetics, serta produk andalannya, Body Lotion Zabeera Beauty. Selain itu, kami akan merangkum kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, serta memberikan gambaran singkat tentang metodologi yang akan kami terapkan. Dengan demikian, akan memiliki pemahaman yang kuat tentang konteks penelitian ini sebelum masuk lebih jauh pada bahasan di bab-bab berikutnya.

METHODS

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk pengolahan *output* datanya. Menurut Walujo & Subijantoro (dalam Gunawan, Safrida, & Faradilla, 2023) mengemukakan bahwa regresi berganda adalah sebagai cara untuk mengkaji permasalahan yang melibatkan beberapa variabel, termasuk variabel dependen (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Zabeerabeauty pada PT. Nuru Global Cosmetics. Populasi yang digunakan sebanyak 128 responden dan menggunakan *Probability sampling* dengan metode random sampling. Teknik yang digunakan meliputi pengujian instrumen data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji korelasi, uji determinasi, dan uji hipotesis.

RESULTS & DISCUSSION

1. Uji Validitas

Item-Total statis				
N=99r-tabel=0,258				
Variabel	Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Harga (X ₁)	X1.1	0,563	0,258	VALID
	X1.2	0,701	0,258	VALID
	X1.3	0,520	0,258	VALID
	X1.4	0,698	0,258	VALID
	X1.5	0,697	0,258	VALID
	X1.6	0,511	0,258	VALID
	X1.7	0,616	0,258	VALID
	X1.8	0,628	0,258	VALID
	X1.9	0,467	0,258	VALID
	X1.10	0,468	0,258	VALID

Gambar 1.

Uji Validitas Harga

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Variabel Harga (X) dalam kuesioner mempunyai butir pernyataan dengan r hitung > r tabel 0,258 maka seluruh butir pernyataan dianggap valid berdasarkan tabel di atas. Dengan pernyataan “harga produk body lotion zabeerabeauty mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis” mempunyai nilai terbesar untuk variabel Harga (X) sebesar 0,701. Pernyataan “Produk bodylotion kecantikan Zabeeraa dapat dibayar secara kredit” memiliki nilai terendah yaitu sebesar 0,467. dengan memiliki sepuluh pernyataan yang dianggap benar.

Item-Total statis				
N=99r-tabel=0,258				
Variabel	Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Produk (X ₂)	X2.1	0,524	0,258	VALID
	X2.2	0,547	0,258	VALID
	X2.3	0,448	0,258	VALID
	X2.4	0,734	0,258	VALID
	X2.5	0,797	0,258	VALID
	X2.6	0,757	0,258	VALID
	X2.7	0,496	0,258	VALID
	X2.8	0,530	0,258	VALID
	X2.9	0,777	0,258	VALID
	X2.10	0,812	0,258	VALID
	X2.11	0,429	0,258	VALID
	X2.12	0,510	0,258	VALID
	X2.13	0,574	0,258	VALID
	X2.14	0,705	0,258	VALID
	X2.15	0,438	0,258	VALID

Gambar 2.

Uji Validitas Kualitas Produk

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 2 di atas menunjukkan seluruh butir pernyataan pada kuesioner pengukuran Kualitas Produk (X₂) dianggap sah karena r hitungnya > r tabel 0,258. “Produk body lotion Zabeerabeauty sangat cepat menyerap ke area kulit” mempunyai nilai tertinggi pada variabel Kualitas Produk (X₂), yaitu sebesar 0,812. Sebaliknya pernyataan “kehandalan produk body lotion Zabeera Beauty sangat baik untuk meremajakan kulit” mempunyai rating terendah yaitu sebesar 0,429. Dengan lima belas pernyataan yang dianggap benar.

Item-Total statis				
N=99r-tabel=0.258				
Variabel	Butir Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.582	0.258	VALID
	Y.2	0.610	0.258	VALID
	Y.3	0.699	0.258	VALID
	Y.4	0.596	0.258	VALID
	Y.5	0.521	0.258	VALID
	Y.6	0.632	0.258	VALID
	Y.7	0.571	0.258	VALID
	Y.8	0.418	0.258	VALID
	Y.9	0.603	0.258	VALID
	Y.10	0.469	0.258	VALID
	Y.11	0.613	0.258	VALID
	Y.12	0.747	0.258	VALID
	Y.13	0.706	0.258	VALID

Gambar 3.

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Tabel 3 memperlihatkan kesemuanya butir pernyataan pada variabel erikatnya (Y) dianggap asli karena r hitungnya > r tabel 0,258. Pernyataan “Saya memutuskan untuk membeli produk body lotion Zabeerabeauty karena metode pembayarannya bervariasi dari tunai hingga non tunai” memperoleh nilai terbesar pada variabel Keputusan Pembelian (Y), yaitu sebesar 0,747. Pernyataan “Saya membeli produk body lotion Zabeerabeauty hanya pada saat ada promo, diskon, atau cashback” mempunyai nilai paling rendah yaitu sebesar 0,418. dengan memiliki tiga belas pernyataan yang dianggap benar.

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R alpha tabel	Keterangan
Harga	0,777	0,197	Reliabel
Kualitas Produk	0,872	0,197	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,892	0,197	Reliabel

Gambar 4.

Uji Reliabilitas

Sumber: Output SPSS 26

Tabel 4 di atas memperlihatkan bahwa seluruh nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,197 menunjukkan reliabilitas klaim seluruh variabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

		Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
N		60	60	60
Normal Parameters ^{a,h}	Mean	38.67	60.15	51.20
	Std. Deviation	5.671	8.592	6.501
Most Extreme Differences	Absolute	.110	.113	.110
	Positive	.073	.087	.091
	Negative	-.110	-.113	-.110
Test Statistic		.110	.113	.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c	.053 ^c	.068 ^c

Gambar 5.

Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS 26

Tabel 5. Data berdistribusi normal, terlihat dari nilai Uji Kolomogrov-Smirnov > 0,05 untuk semua variabel.

b. Uji Multikolinearitas

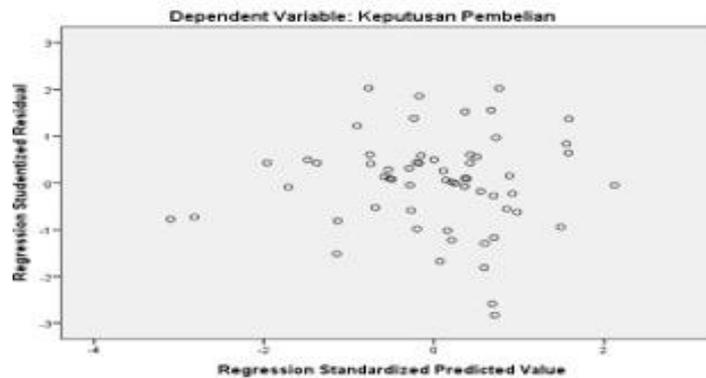
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	26.402	6.030		4.379	.000		
	Harga	.528	.147	.461	3.596	.001	.789	1.267
	Kualitas Produk	.073	.097	.096	.751	.455	.789	1.267

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar 6.
 Uji Multikolinearitas
 Sumber: Output SPSS 26

Tabel tersebut menunjukkan nilai toleransi variabel Harga dan Kualitas Produk masing-masing sebesar 0,789 dan 0,789. Kualitas Produk memiliki peringkat VIF 1,267 dibandingkan dengan Harga 1,267. Mengingat lebih dari 0,10 dan nilai VIFnya besar, maka hal ini tidak bergejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedatitas



Gambar 7.
 Uji Heteroskedatitas
 Sumber: Output SPSS 26

Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik data di atas dan bawah angka 0 menyebar pada sumbu Y, oleh karenanya tidak bergejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 ^a	.262	.236	5.682	1.992

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar 8.
 Uji Autokorelasi
 Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan Tabel 7, menggunakan 60 sampel (n) dan 2 independen (k) pada tingkat signifikansi 5%. Nilai DU dihitung $DU = 1,658$. Jadi angka 4 dikurangi $DU = 2,314$ Hasil $DU < DW < 4$ ($1,658 < 1,992, < 2,314$, H_0) diperbolehkan, berarti tidak ada autokorelasi.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.415	1.389		19.017	.000
	Harga	.535	.034	.848	15.818	.000
	Kualitas Produk	.068	.022	.162	3.026	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Gambar 9.
 Regresi Linear Berganda
 Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan tabel, bahwa pengujian regresi berganda mempunyai persamaan berikut ini :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 26,415 + 0,535 X_1 + 0,068 X_2 + e$$

5. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.415	1.389		19.017	.000
	Harga	.535	.034	.848	15.818	.000
	Kualitas Produk	.068	.022	.162	3.026	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Gambar 10.
 Uji t
 Sumber: Output SPSS 26

Nilai t tabel = 1,996 diperoleh dengan menghitung signifikansi t tabel sebesar 0,05 dengan $df = n - k - 1$ atau $69 - 2 - 1 = 66$. Kesimpulannya menolak H_0 dan menerima H_a berdasarkan temuan hipotesis uji Harga pada Gambar 10 diatas yang dilihat t hitung yaitu 0,000 yang signifikansinya $0,000 < 0,05$. Oleh karenanya, penetapan harga (X_1) berdampak pada penilaian yang dibuat mengenai apa yang akan dibeli (Y). Secara bersamaan, variabel Kualitas Produk menunjukkan t hitung sebesar 0,004 yang disertai dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Oleh karenanya, pilihannya adalah tolak H_0 dan terima H_a . Maka kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

6. Uji F

Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658.458	2	329.229	192.183	.000 ^b
	Residual	97.647	57	1.713		
	Total	756.104	59			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Gambar 11.

Uji F

Sumber: Output SPSS 26

Dengan df 1 (banyaknya variabel–1), atau $3-1 = 2$, dan df 2 ($n-k-1$), atau $69-2-1 = 66$ (n adalah banyaknya data dan k adalah banyaknya variabel independen, tentukan F tabel pada taraf signifikansi 0,05 Maka temuan pada F tabel sebesar 3,14 Dengan nilai uji F sebesar $192,183 > 3,14$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas maka H_0 ditolak, menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki dampak secara simultan kepada pilihan pembelian.

7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.871	.866	1.309

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Gambar 12.

Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Output SPSS 26

Dari *output* diatas disimpulkan bahwa Adjusted R Square = 0,866 atau 86,6 % maka variabel independen dapat menjelaskan sebesar 86,6%. Sisanya 13,4 % dipengaruhi faktor yang tidak termasuk penelitian ini.

CONCLUSION

Kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

- 1) Pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $15,818 > 1,996$. Nilai $\rho < \text{Sig}.0.05$, atau ($0.000 < 0.005$), mendukung hal ini. Akibatnya H_0 didiskualifikasi, sedangkan H_a disetujui, hal ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Di PT Nuru Global Kosmetik, kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Uji hipotesis menghasilkan nilai t hitung $> t$ tabel atau $3,026 > 1,996$. Nilai $\rho < \text{Sig}.0.05$ atau ($0.004 < 0.005$) memperkuat hal tersebut. Konsekuensinya H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Di PT Nuru Global Kosmetik, kualitas produk memiliki dampak yang cukup besar terhadap sebagian pilihan pembelian.
- 3) Hasil uji hipotesis menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $192,183 > 3,14$, dan hal ini didukung pula oleh nilai $\rho < \text{Sig}.0.05$, atau ($0,000 < 0,05$). Akibatnya H_a diterima dan

Ho ditolak. Oleh karena itu, kedua variabel bebas itu memiliki dampak secara simultan kepada variabel terikat.

REFERENCES

- Gunawan, I. M., Safrida, S., & Faradilla, C. (2023). Analisis Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Petani Serai Wangi UD. Kawan Kita di Kecamatan Blangjerango Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(2).
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.