

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK WARDAH
TOKO REJEKI COSMETICS ULUWATU BALI**



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK WARDAH
TOKO REJEKI COSMETICS ULUWATU BALI**



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Kamu dilahirkan untuk menjadi nyata, bukan untuk menjadi sempurna”

(Min Yoongi)

PERSEMBAHAN:

Selama perjalanan panjang menuju penyelesaian skripsi, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dan menginspirasi saya. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada anggota keluarga saya, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan moral. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing saya atas bimbingan, kesabaran, dan pengetahuan yang sangat berharga. Selain itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat saya yang paling dekat yang telah memberi saya inspirasi, inspirasi, dan dukungan tanpa syarat. Saya pasti berterima kasih kepada diri saya sendiri yang terus berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini. Karya ini diberikan kepada kalian semua, karena semua dari kalian telah memainkan peran penting dalam perjalanan ini. Saya berharap skripsi ini membantu kemajuan ilmu pengetahuan di masa depan.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROYEK AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Andriani

NIM : 2415764006

Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali”

adalah benar-benar karya saya sendiri. Dengan demikian, saya menyatakan bahwa naskah Proyek Akhir ini tidak memuat karya orang lain yang pernah diajukan untuk gelar universitas. Sejauh yang saya ketahui, tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain selain yang disebutkan secara tertulis dalam naskah dan tercantum dalam daftar pustaka.

Saya bersedia untuk dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apa pun jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini.

Badung, 10 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Wahyu Andriani

NIM 2415764006

HALAMAN PERNYATAAN

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, harga, serta promosi terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada adanya pertanyaan mengenai sejauh mana kualitas produk, harga, dan promosi berperan dalam memengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini juga bertujuan menguji pengaruh variabel tersebut dengan menggunakan landasan teori bauran pemasaran (marketing mix) menurut Kotler & Armstrong. Penelitian ini menerapkan metode statistik deskriptif kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, dan melibatkan 80 sampel responden konsumen produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan yang diminta untuk mengisi kuisioner skala likert 5 poin yang dibuat khusus, berisi 26 pernyataan. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis statistik, analisis korelasi, analisis linear berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis data menunjukkan kualitas produk pada produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dilihat dari hasil uji t dengan nilai signifikansi t sebesar 0.000. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0.003. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dilihat dari hasil uji t dengan nilai signifikansi t sebesar 0.007. Sementara kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan dilihat dari hasil uji F dengan nilai signifikansi F sebesar 0.000. Besar pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0.766 atau pengaruh variabel yang diteliti sebesar 77%.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of examining the influence of product quality, price, and promotion on purchasing decisions for Wardah products at the Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali Store. The background of this study is based on the question of the extent to which product quality, price, and promotion play a role in influencing consumer decisions. This study also aims to test the influence of these variables using the marketing mix theory according to Kotler & Armstrong. This study applies quantitative descriptive statistical methods, sampling using non-probability sampling techniques, and involving 80 samples of Wardah product consumer respondents at the Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali Store in accordance with the established provisions who were asked to fill out a specially made 5-point Likert scale questionnaire containing 26 statements. Data analysis techniques use validity tests, reliability tests, classical assumption tests, statistical analysis, correlation analysis, multiple linear analysis, determination tests, and hypothesis tests. The results of the data analysis show that product quality in Wardah products at the Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali Store has a positive and significant effect on purchasing decisions, seen from the results of the t-test with a significance value of 0.000. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions as seen from the results of the t-test with a significance value of 0.003. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, as seen from the results of the t-test with a significance value of 0.007. Meanwhile, product quality, price, and promotion have a simultaneous effect as seen from the results of the F-test with a significance value of 0.000. The magnitude of the influence of product quality, price, and promotion on purchasing decisions is seen from the R Square value of 0.766 or the influence of the variables studied is 77%.

Keyword: Product quality, price, promotion, and buying decision

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya proposal skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Konsumen Produk Wardah Bali)** dapat diselesaikan dengan baik serta tepat waktu. Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana Terapan pada Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali, tahun 2025.

Penulis menerima banyak arahan, saran, dan masukan dari berbagai pihak selama penyusunan proposal ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

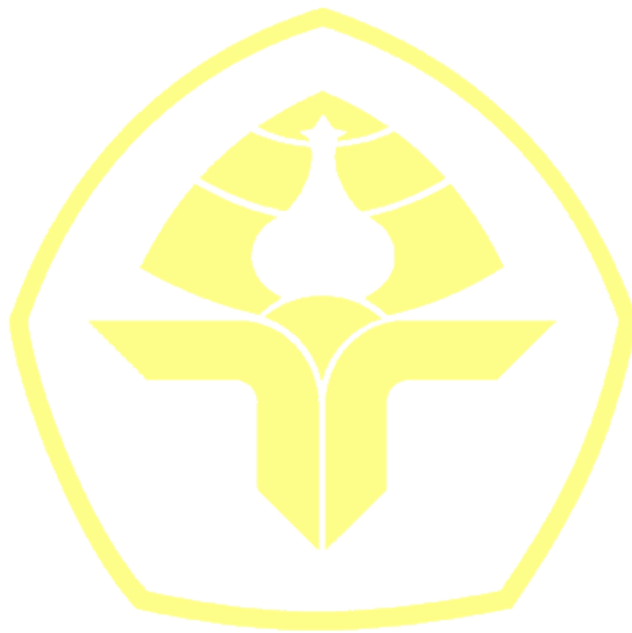
1. Terima kasih kepada I Nyoman Abdi, S.E., M., eCom., Direktur Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan akses pendidikan dan sumber daya lainnya kepada penulis selama menjadi mahasiswa di sana.
2. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.B.A., Ph.D., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal tesis ini.
3. Pembimbing tesis, Ni Nyoman Teristiyani Winaya, S.E., M.M., dengan sabar memberikan arahan, nasihat, dan masukan yang mendalam selama proses penyusunan tesis.

4. Selaku Pembimbing tesis, Luh Kemala Putri Widhiari, S.E., M.M., dengan sukarela mendampingi, membimbing, dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penyelesaian tesis ini.
5. Terima kasih atas doa, dukungan moral, dan bantuan materiil, serta orang tua dan saudara-saudara terkasih.
6. Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya, Nanda Cyntia Dewi dan Indah Puteri Arya, atas dukungan dan inspirasi mereka dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Masa-masa kuliah saya dipenuhi dengan kenangan yang tak ternilai harganya berkat teman-teman sekelas RPL MBI yang selalu ada untuk berbagi suka dan duka.
8. Semua pihak yang telah membantu, mendorong, dan mendukung penyusunan proposal tesis ini, yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa proposal tesis ini masih memiliki kekurangan dalam hal penyajian dan kelengkapan data, oleh karena itu, penulis sangat menghargai saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan karya ini. Semoga proposal tesis ini bermanfaat bagi para pembaca, baik di dalam maupun di luar kampus Politeknik Negeri Bali..

Jimbaran, 17 Juli 2025

Wahyu Andriani



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

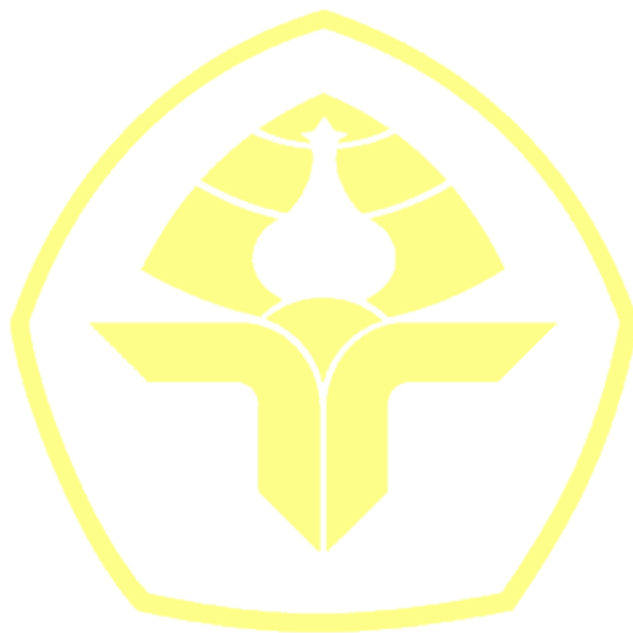
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Telaah Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.4 aHarga.....	16
2.1.5 Promosii	18

2.1.6 Keputusan Pembeliann	21
2.2 Penelitiann Sebelumnyaa (Kajian Empirik)	22
2.2.1 Persamaann dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	25
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis	28
2.3.1 Kerangka Konsep.....	28
2.3.2 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2. Sampel	31
3.3 Variabel Penelitian	33
3.3.1 Variabel Independen (Independent Variable)	33
3.3.2 Variabel Depend (Dependent Variable).....	33
3.3.3 Definisi Operasional Variabel	34
3.4 Sumber Data	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Jenis Penelitian	35
3.5.1 Jenis Data Penelitian	35
3.6 Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1 Observasi	36
3.6.2 Kuesioner.....	36
3.6.3 Dokumentasi	37
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran	37
3.7.2 Instrumen	38
3.7.3 Uji Kualitas Data	40

3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	44
3.7.6 Analisis Korelasi.....	45
3.7.7 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.7.8 Analisis Koefisien Determinasi (R²)	47
3.7.8 Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Perusahaan	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	52
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	53
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	59
4.2.1 Karakteristik Responden.....	59
4.2.2 Hasil Pengujian Instrumen.....	61
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.4 Deskriptif Variabel	67
4.2.5 Analisis Korelasi.....	78
4.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.2.7 Analisis Koefisien Determinasi	83
4.2.8 Uji Hipotesis	84
4.2.9 Pembahasan	87
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	91
4.3.1 Implikasi Teoritis.....	91
4.3.2 Implikasi Praktis	92
BAB V.....	94
SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100

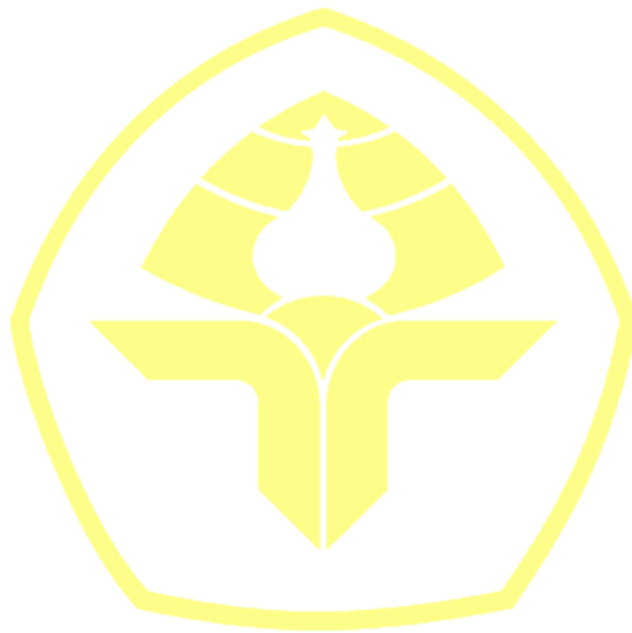


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produk <i>Best Seller</i> Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian untuk Mengukur Pengaruh.....	46
Tabel 3.4 Kategori Interval Skala Likert.....	52
Tabel 3.5 Interval Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	66
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	72
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.7 Kategori Interval Skala Likert.....	75
Tabel 4.8 Variabel Kualitas Produk (X1)	76
Tabel 4.9 Variabel Harga (X2).....	77
Tabel 4.10 Variabel Promosi (X3).....	79
Tabel 4.11 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
Tabel 4.12 Interval Koefisien Korelasi	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi X1 dengan Y	84

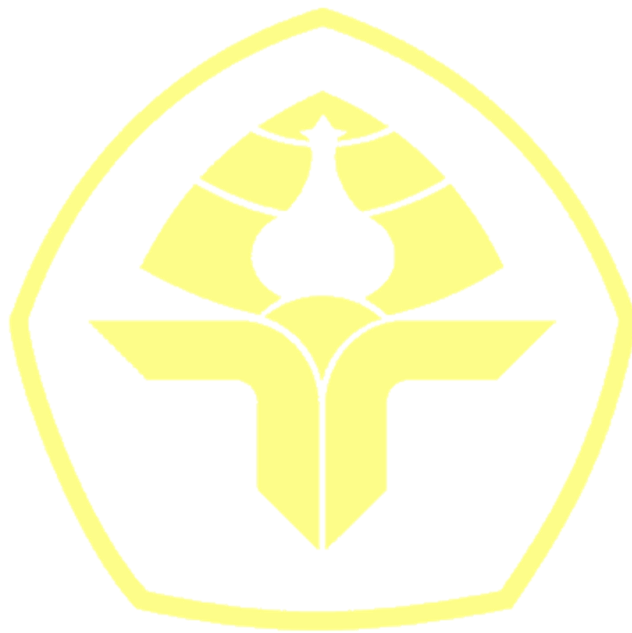
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi (X_2) dengan Y.....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi (X_3) dengan Y)	86
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji F	91



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beberapa Promosi yang dilakukan oleh Produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	35



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Barcode</i> Kuisioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Jawaban Karakteristik Responden.....	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	110
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	111
Lampiran 6 Hasil Uji Korelasi	112
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	113
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas, Uji t, dan Regresi Linear Berganda	115
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	115
Lampiran 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)	116
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	116
Lampiran 12 Luaran Penelitian.....	117
Lampiran 13 Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian.....	118
Lampiran 14 Surat Penggunaan Karya dari Perusahaan	119
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	120

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wardah merupakan merek kosmetik ternama di Indonesia. Sebagai produk yang mengedepankan konsep halal, Wardah telah berhasil membangun citra yang kuat di pasar nasional, termasuk di Bali. Meskipun penduduk Bali mayoritas beragama Hindu, produk-produk Wardah, dengan identitas halalnya, tetap menarik minat konsumen dari berbagai latar belakang. Proposisi nilai halal Wardah tidak hanya menarik bagi konsumen Muslim tetapi juga konsumen non-Muslim yang mengutamakan keamanan dan kualitas produk kosmetik mereka.

Wardah memiliki akun *official* instagram khusus untuk daerah Bali dengan nama wardahbeauty_bali. Akun ini memiliki sebelas ribu pengikut yang menunjukkan bahwa produk Wardah banyak diminati oleh masyarakat Bali. Dengan adanya akun media sosial *official* ini pula dapat memudahkan konsumen untuk berinteraksi dan memahami serta memilih produk Wardah yang sesuai untuk dipakai oleh masing-masing konsumen. Wardah dikenal memiliki kualitas produk yang terjamin, harga yang relatif terjangkau, serta strategi promosi yang variatif. Bentuk promosinya mencakup kegiatan *beauty class*, penawaran bundling produk, hingga acara terbaru berupa *personal colour analysis* yang mendapat sambutan antusias dari masyarakat Bali.

Salah satu toko kosmetik di Bali yang menjual produk Wardah adalah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu yang terletak di Jl. Raya Uluwatu Pertokoan Alas Kusuma

No.3, Jimbaran, Kec. Kuta Selatan., Kabupaten Badung, Bali. Menurut penuturan dari beberapa karyawan toko, produk Wardah termasuk kedalam kategori produk *best seller* yang ada di toko tersebut. Berikut tiga produk yang menjadi *best seller* dari toko tersebut.

Table 1.1 Daftar Produk *Best Seller* Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali

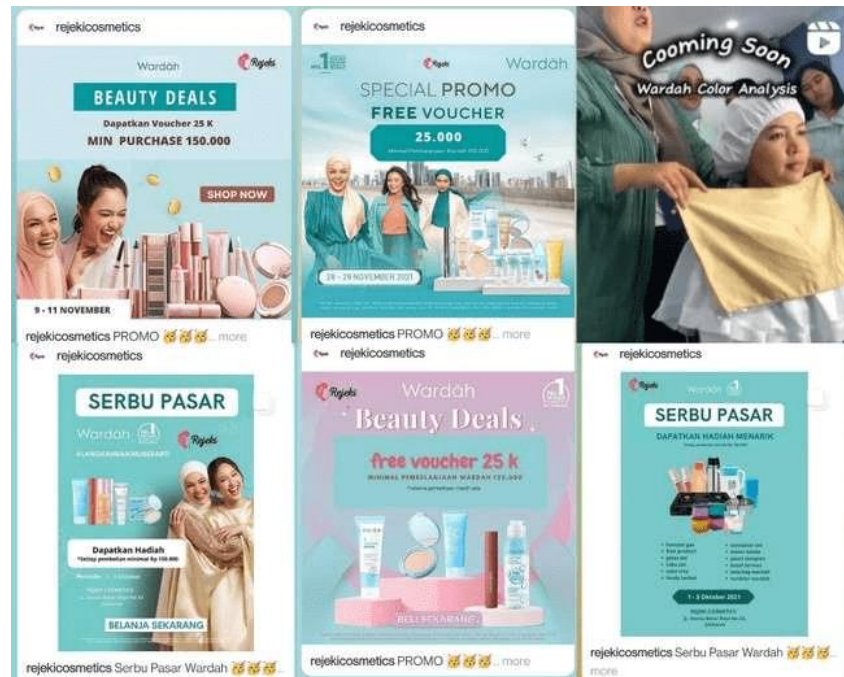
No.	Nama Produk	Total Penjualan Produk (pcs/bulan)	Rata-Rata Harga Produk
1.	Wardah	1.200	Rp55.000
2.	Make Over	980	Rp90.000
3.	Skintific	800	Rp110.000

Data menunjukkan bahwa produk Wardah sangat diminati karena kualitasnya yang luar biasa, terbukti dari fakta bahwa produk-produk tersebut merupakan produk terlaris. Kualitas merupakan faktor penentu utama pilihan konsumen saat membeli produk perawatan kulit. Aspek kualitas ini meliputi efektivitas penggunaan, tingkat keamanan, serta komposisi bahan yang terkandung di dalam produk tersebut. Menurut Hidayah (2023) konsumen masa kini semakin kritis dalam mengevaluasi kualitas produk skincare. Sebelum membeli, mereka cenderung menelusuri informasi mengenai kandungan bahan serta manfaat yang ditawarkan. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, produk berkualitas tinggi dapat mendorong loyalitas merek. Karena setiap merek memiliki ciri khasnya masing-masing, pelanggan akan memilih merek yang paling sesuai dengan selera mereka. Dari sudut pandang konsumen, merek mempermudah pembelian dan menjamin mereka akan selalu mendapatkan produk berkualitas tinggi. Selain itu, merek yang dipatenkan dapat meningkatkan tingkat

perlindungan produk ini terhadap pembajakan dan pemalsuan. Nilai yang ditawarkan suatu produk atau layanan kepada bisnis atau klien dapat ditingkatkan atau dikurangi tergantung pada nama dan logo merek, Sudirjo et al., (2023).

Berdasarkan dari harga yang ditawarkan, produk Wardah merupakan produk yang memiliki rata-rata harga paling kecil dibandingkan dengan kedua produk lainnya yang banyak diminati oleh konsumen Rejeki Cosmetics. Persepsi harga mengacu pada cara konsumen menilai dan memahami harga suatu produk. Menurut Schiffman dan Kanuk (2018) harga yang masuk akal dan manfaat yang dirasakan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tiga faktor utama yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap harga: keterjangkauan, rasio harga terhadap kualitas, dan manfaat bagi pelanggan. Menurut Kotler (2020), sejumlah ukuran, termasuk daya saing harga, rasio harga terhadap manfaat, rasio harga terhadap kualitas produk, dan keterjangkauan, dapat digunakan untuk menilai persepsi masyarakat terhadap harga.

Di Toko Rejeki Cosmetics, Wardah menjadi merek yang paling gencar melakukan kegiatan promosi seperti *bundling*, pemberian *voucher* belanja, *buy one get one + free* satu produk lainnya, promosi melalui media sosial, *influencer* dan promo menarik lainnya, serta satu-satunya *brand* yang membuat promosi berupa *event personal colour analysis* yang dilakukan di toko Rejeki Cosmetics yang mendapat banyak perhatian dan antusiasme dari konsumen toko Rejeki Cosmetics Uluwatu.



Gambar 1.1 Promosi yang dilakukan oleh Produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali

Peran media sosial dalam mempengaruhi keputusan pembelian menjadi platform yang utama bagi merek *skincare* untuk menjangkau para konsumen. *Influencer* dan *beauty vlogger* memainkan peran aktif dan penting dalam membentuk opini publik mengenai merek produk tertentu. Penelitian Lestari & Handayani (2023) menunjukkan bahwa rekomendasi produk dari para *influencer* dapat meningkatkan minat beli dari para konsumen dengan signifikan. Konsumen cenderung lebih percaya terhadap ulasan dan pengalaman orang lain mengenai citra produk, terutama jika mereka merasa terhubung dengan influencer tersebut. Oleh karena itu, strategi dalam pemasaran yang melibatkan platform media sosial menjadi sangat penting bagi merek produk seperti Wardah untuk menarik perhatian konsumen atau calon pembeli.

Hubungan antara kualitas produk dan harga merupakan topik yang sering dibahas dalam industri perawatan kulit. Meskipun hal ini tidak selalu benar, banyak konsumen berasumsi bahwa biaya yang lebih tinggi menghasilkan kualitas yang lebih baik. Pelanggan mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti bahan baku produk, persepsi khasiat, dan reputasi merek saat mengambil keputusan, klaim Santoso dkk. (2023). Agar tetap kompetitif di pasar, perusahaan seperti Wardah harus mengutamakan kualitas produk dengan tetap menjaga harga tetap rendah. Apabila konsumen mempunyai kesan yang baik maka niat perilakunya pun positif seperti keinginan untuk kembali membeli produk merek yang sama, meningkatkan jumlah pembelian, dan ingin menyarankan orang lain tentang merek tersebut, Murdapa (2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor perawatan kulit telah berkembang pesat. Salah satu faktor utama pendorong pertumbuhan ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit dan kesehatan secara keseluruhan. Menurut Rahardjo (2023) tren dari penggunaan produk skincare saat ini semakin meluas, terutama di kalangan generasi muda sekarang, yang telah dipengaruhi oleh media sosial dan rekomendasi dari para *influencer*. Hal ini dapat menciptakan pasar yang kompetitif, dimana berbagai merek kini berusaha untuk menarik perhatian para konsumen dengan segala inovasi produk dan strategi pemasaran yang kreatif.

Dinamika pasar skincare di Indonesia tidak hanya berkembang pada segi jumlah produk, tetapi juga berkembang dari segi inovasi serta variasi. Merek-merek baru banyak bermunculan dengan menawarkan berbagai produk yang lebih spesifik untuk berbagai jenis kulit dan masalah kulit yang berbeda-beda, seperti permasalahan

jerawat pada wajah, penuaan dini, dan hiperpigmentasi. Hal ini dapat menciptakan kompetitor yang ketat diantara produsen, yang mendorong mereka untuk terus berinovasi dalam hal formulasi dan kemasan pada produk. Widiastuti & Prabowo (2023) berpendapat bahwa konsumen saat ini cenderung memilih produk yang bukan hanya efektif, tetapi juga memiliki daya tarik estetika. Hal ini menegaskan bahwa faktor visual suatu produk turut berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Menurut studi Deni Rian Pratama (2018), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi produk, harga, promosi, dan distribusi. Di sisi lain, distribusi, pemasaran, dan persepsi produk semuanya memiliki pengaruh positif dan substansial, tetapi harga tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, penelitian Edi Cahyono (2018) tentang pengaruh harga, promosi, dan citra merek menemukan bahwa, meskipun harga dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh. Menurut penelitian Ilham Adhi Syahputra (2023), tempat, harga, promosi, dan produk semuanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, tetapi aspek produk dan tempat berpengaruh.

Perbedaan antara data observasi dan temuan penelitian sebelumnya tentang kualitas, harga, dan promosi barang yang ditawarkan di toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali menjadi dasar penelitian ini. Penelitian ini mengkaji bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali. Wardah merupakan produk terlaris dengan kualitas terjamin, harga terjangkau, dan beragam promosi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar harga, promosi, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Wardah di Bali, serta seberapa besar pengaruh masing-masing elemen tersebut terhadap keputusan yang diambil pada saat yang bersamaan. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali” adalah judul penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali?
- b. Apakah harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali?
- c. Apakah promosi memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali?
- d. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.
- b. Untuk mengetahui apakah harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.
- c. Untuk mengetahui apakah promosi memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.
- d. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Temuan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan di bidang ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran, tentang bagaimana penetapan harga, promosi, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

- 2) Temuan penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan digunakan sebagai dasar untuk penelitian yang lebih relevan.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu manajemen pemasaran.
- 4) Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang bagaimana kualitas produk, penetapan harga, dan iklan memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam hal keputusan pembelian kosmetik..

b. Manfaat Praktis

- 1) Studi ini dapat menawarkan wawasan dan rekomendasi berharga untuk meningkatkan taktik pemasaran guna memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah.
- 2) Studi ini dapat digunakan sebagai pembandingan bagi studi terkait dan sebagai sumber informasi tambahan bagi Politeknik Negeri Bali di bidang manajemen pemasaran.
- 3) Secara praktis, studi ini diharapkan dapat membantu pembaca dan masyarakat umum dalam memahami peran penting harga, iklan produk, dan kualitas dalam keputusan pembelian konsumen.
- 4) Studi ini dapat memperluas pemahaman pembaca dan memberikan ringkasan tentang bagaimana harga, iklan produk, dan kualitas dipersepsikan saat melakukan pembelian.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk membuat skripsi ini lebih mudah disusun, penulis menawarkan struktur penulisan berikut:

BAB I PENDAHULUAN:

Bab ini memberikan ikhtisar tentang sejarah masalah, konseptualisasi, tujuan, dan manfaat serta organisasi tesis.

Bab II Landasan teoretis

Berisi temuan penelitian sebelumnya, kerangka konseptual penelitian, dan hipotesis penelitian semuanya dibahas dalam tinjauan pustaka.

BAB III: METODE PENELITIAN:

Bagian ini membahas metodologi penelitian. Demografi dan sampel, variabel penelitian, jenis dan sumber data, lokasi dan waktu penelitian, serta teknik pengumpulan dan analisis data semuanya dicantumkan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dan luaran penelitian dibahas dalam bab ini. Bab ini dimulai dengan mengkaji data lapangan dan kemudian membahas hasil yang terkait dengan teori terkait dan penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP:

Temuan dan saran penelitian disajikan dalam bab ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan berikut dapat ditarik dari studi tentang bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Wardah di toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali:

- a. Kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif dan besar terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk membelinya.
- b. Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan besar terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keputusan pembelian, semakin tepat dan bermanfaat harga yang diberikan.
- c. Promosi memiliki pengaruh positif dan besar terhadap keputusan pembelian (Y) (X3). Hal ini menunjukkan bahwa semakin sukses iklan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.
- d. Secara bersama-sama, harga, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan besar terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel yang paling berpengaruh adalah kualitas produk (X1), diikuti oleh harga (X2) dan iklan (X3). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan ketiga variabel ini akan menyebabkan peningkatan jumlah pembelian secara keseluruhan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan di atas, rekomendasi berikut dapat diajukan:

- a. Diharapkan bisnis ini akan menurunkan biaya produk Wardah dibandingkan dengan produk sejenis. Khususnya, item "Produk Wardah lebih murah dibandingkan produk sejenis lainnya," yang memiliki skor terendah pada indikator daya saing harga, akan ditingkatkan dalam hal persepsi konsumen terhadap indikator harga.
- b. Perusahaan diharapkan membuat iklan yang lebih menarik untuk produk Wardah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap indikator periklanan, terutama pada item "Iklan produk Wardah menarik untuk ditonton," yang mendapatkan skor terendah pada indikator periklanan.
- c. Perusahaan diharapkan melakukan kampanye publisitas produk Wardah yang lebih sering melalui media cetak untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap semua varian produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap indikator publisitas, terutama pada item "Produk Wardah sering dipublikasikan melalui media cetak," yang mendapatkan skor terendah pada indikator publisitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. M., Efendi, N., & Tulim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa/ I Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 14(1), 90–100. <https://doi.org/10.55601/jwem.v14i1.1221>
- Aliefia, P. A. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow*. 3(1).
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Cahyani, N. L., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 329–334. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>
- Desi Ratnasari, Riyono, & Heru Yulianto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.54066/jiesa.v2i1.314>
- Febriani, A. K., Hidayat, W., & Endang, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK ROTIBOY PARAGON SEMARANG (Studi Pada Mahasiswi FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 475–483. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Hidayati, N. (2022). Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Cabang Solo. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati*, 11(2), 12–21. <https://doi.org/10.33024/jrm.v11i2.6161>

Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 13–27. <https://doi.org/10.32815/jubis.v5i1.2252>

Nurjamad, M. A., & Arumsari, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Bandung Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan Cabang Paskal. *Indonesian Journal of Economic and Business*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v1i2.32>

Prayogo, A., Siahaan, M., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk King Koil (Studi Kasus Konsumen King Koil pada Outlet Grand Indonesia). 3(September), 957–970.

Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>

Suci, R. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKU FOOD DI KOTA MAKASSAR. *Ayan*, 15(1), 37–48.

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produ, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap kepu. *Jurnal Papatung*, 4(2), 24–32. Amo Sugiharto1*, Mohamad Fajar Darmawan

Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>

Wahyu, A. (2024). *Analisis Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Layanan dengan Metode Fuzzy Servqual dan Importance Performance Analysis di Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai-Bali*. 4(1), 1–23.

Waliq, R., Waliq, R., Safitra Hidayat, R., & Lukito Wibowo, F. (2024). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN AKUNTANSI PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Baihaqi Clothing Muslim Tanah Abang di Jakarta Pusat). *Jimat*, 1(3), 27–35.

Widyawati, P. H. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspor Impor Pada Pt. Aman World Logistics. *Skripsi DISUSUN DAN DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA ADMINISTRASI BISNIS PRODI*

ILMU ADMINISTRASI BISNIS STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN (STIAMAK) BARUNAWATI SURABAYA, 106.

- Wulandari, D. U., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian shampo Pantene. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 49–70. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1163>
- Yuliana, I., Rofiq, Aunur, & Ummah, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2450–2466. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2338>
- Yulianto, A. Y., & Prabowo, R. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 972–982. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1518>
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>
- Z. Arifin, & D. Nuraini. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sabun Cair Merek X di Kota Malang. *Jurnal Manajemen*, 18(1), 22–35.
- Zefri, E. (2023). Pengaruh Hargadankualitas Produkpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Nur. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), 1293–1304.

LAMPIRAN

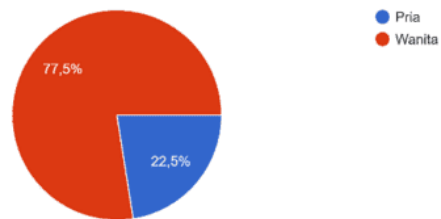
Lampiran 1 Barcode Kuisisioner Penelitian



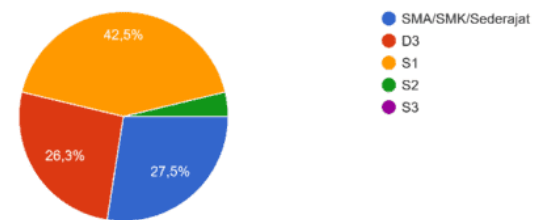
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 2 Jawaban Karakteristik Responden

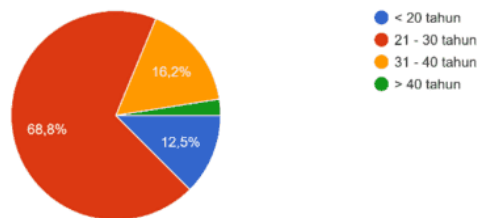
Jenis Kelamin
80 jawaban



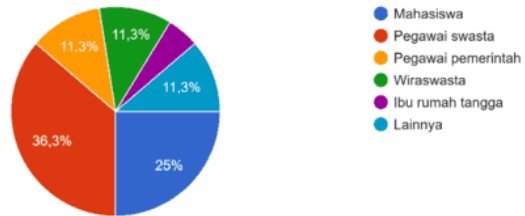
Pendidikan
80 jawaban



Usia
80 jawaban

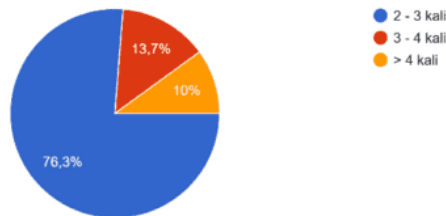


Pekerjaan
80 jawaban



Alamat
80 jawaban

Frekuensi pembelian produk Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali
80 jawaban



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

No. Res	Kualitas Produk						Harga				Promosi										Kepuasan Pelanggan										
	1	2	3	4	5	6	Total	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total	21	22	23	24	25	26	Total	
1	5	5	5	4	2	3	24	5	2	5	4	12	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	47	2	5	4	4	3	4	27	
2	4	5	4	4	2	5	21	4	4	4	4	18	4	5	5	4	5	5	2	5	5	4	24	5	5	5	4	4	4	27	
3	4	4	5	4	4	5	26	1	4	5	5	11	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	40	5	5	5	5	5	4	28	
4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	
5	4	3	3	3	1	3	18	2	2	3	3	10	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	11	3	3	3	3	3	4	19	
6	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	21	4	3	4	3	3	5	3	5	3	3	3	40	5	5	4	5	3	3	23
7	4	3	4	3	4	4	21	4	3	3	4	12	3	4	5	3	3	5	3	4	3	3	18	4	5	3	3	3	3	21	
8	5	4	5	5	3	5	27	4	2	5	5	18	5	3	4	2	4	5	3	5	5	3	28	2	5	5	5	5	4	26	
9	4	4	5	4	4	5	26	4	3	4	4	21	3	4	5	3	3	5	3	4	4	3	17	4	5	4	3	4	4	24	
10	4	2	3	4	4	5	27	2	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	50	
11	3	4	4	4	4	4	23	2	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	
12	2	1	2	2	2	2	13	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	2	1	1	1	1	7	
13	4	4	4	3	3	3	21	2	4	3	3	12	4	4	4	3	3	3	3	5	4	2	17	2	5	4	4	4	5	24	
14	3	5	5	5	1	5	30	5	3	5	5	20	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	50	
15	3	1	2	2	4	3	15	2	3	3	2	11	2	4	4	2	3	4	4	5	2	1	18	4	5	2	4	3	3	21	
16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	
17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	
18	4	3	3	4	4	3	21	4	3	3	4	14	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	17	4	3	3	3	3	4	24	
19	4	3	4	4	5	4	26	3	3	4	4	18	1	3	4	2	3	4	3	3	4	2	18	5	5	3	4	3	3	21	
20	4	4	5	4	5	4	26	2	2	4	4	12	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	19	4	5	3	4	4	4	26	
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	18	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	17	4	5	3	4	4	4	26	
22	4	5	5	5	3	3	24	4	4	4	3	23	5	4	5	3	3	4	2	5	3	2	30	5	5	4	2	3	4	23	
23	3	5	4	4	3	4	27	2	3	3	4	12	2	5	5	3	3	5	4	5	4	3	44	5	5	4	5	4	4	27	
24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24	
25	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	4	14	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	26	4	4	3	2	4	3	20
26	3	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	50	
27	3	4	4	4	3	3	21	4	3	4	4	17	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	18	4	5	4	3	3	3	22	
28	4	3	4	4	4	5	24	4	3	4	4	17	3	5	3	3	5	3	5	4	4	3	19	5	4	3	3	3	4	22	
29	4	3	3	4	3	5	24	2	3	5	3	20	4	3	5	4	4	3	4	5	3	3	44	3	5	3	3	3	3	30	
30	3	5	5	3	5	5	26	3	4	4	4	17	3	5	5	3	4	5	4	5	3	4	43	5	5	3	4	5	5	38	

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

[illegible]

	Person:Constant	500	510	520	530	540	550	560	570	580	590	600	610	620	630	640	650	660	670	680	690	700	710	720	730	740	750	760	770	780	790	800	810	820	830	840	850	860	870	880	890	900	910	920	930	940	950	960	970	980	990	1000	1010	1020	1030	1040	1050	1060	1070	1080	1090	1100	1110	1120	1130	1140	1150	1160	1170	1180	1190	1200	1210	1220	1230	1240	1250	1260	1270	1280	1290	1300	1310	1320	1330	1340	1350	1360	1370	1380	1390	1400	1410	1420	1430	1440	1450	1460	1470	1480	1490	1500	1510	1520	1530	1540	1550	1560	1570	1580	1590	1600	1610	1620	1630	1640	1650	1660	1670	1680	1690	1700	1710	1720	1730	1740	1750	1760	1770	1780	1790	1800	1810	1820	1830	1840	1850	1860	1870	1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020	2030	2040	2050	2060	2070	2080	2090	2100	2110	2120	2130	2140	2150	2160	2170	2180	2190	2200	2210	2220	2230	2240	2250	2260	2270	2280	2290	2300	2310	2320	2330	2340	2350	2360	2370	2380	2390	2400	2410	2420	2430	2440	2450	2460	2470	2480	2490	2500	2510	2520	2530	2540	2550	2560	2570	2580	2590	2600	2610	2620	2630	2640	2650	2660	2670	2680	2690	2700	2710	2720	2730	2740	2750	2760	2770	2780	2790	2800	2810	2820	2830	2840	2850	2860	2870	2880	2890	2900	2910	2920	2930	2940	2950	2960	2970	2980	2990	3000	3010	3020	3030	3040	3050	3060	3070	3080	3090	3100	3110	3120	3130	3140	3150	3160	3170	3180	3190	3200	3210	3220	3230	3240	3250	3260	3270	3280	3290	3300	3310	3320	3330	3340	3350	3360	3370	3380	3390	3400	3410	3420	3430	3440	3450	3460	3470	3480	3490	3500	3510	3520	3530	3540	3550	3560	3570	3580	3590	3600	3610	3620	3630	3640	3650	3660	3670	3680	3690	3700	3710	3720	3730	3740	3750	3760	3770	3780	3790	3800	3810	3820	3830	3840	3850	3860	3870	3880	3890	3900	3910	3920	3930	3940	3950	3960	3970	3980	3990	4000	4010	4020	4030	4040	4050	4060	4070	4080	4090	4100	4110	4120	4130	4140	4150	4160	4170	4180	4190	4200	4210	4220	4230	4240	4250	4260	4270	4280	4290	4300	4310	4320	4330	4340	4350	4360	4370	4380	4390	4400	4410	4420	4430	4440	4450	4460	4470	4480	4490	4500	4510	4520	4530	4540	4550	4560	4570	4580	4590	4600	4610	4620	4630	4640	4650	4660	4670	4680	4690	4700	4710	4720	4730	4740	4750	4760	4770	4780	4790	4800	4810	4820	4830	4840	4850	4860	4870	4880	4890	4900	4910	4920	4930	4940	4950	4960	4970	4980	4990	5000	5010	5020	5030	5040	5050	5060	5070	5080	5090	5100	5110	5120	5130	5140	5150	5160	5170	5180	5190	5200	5210	5220	5230	5240	5250	5260	5270	5280	5290	5300	5310	5320	5330	5340	5350	5360	5370	5380	5390	5400	5410	5420	5430	5440	5450	5460	5470	5480	5490	5500	5510	5520	5530	5540	5550	5560	5570	5580	5590	5600	5610	5620	5630	5640	5650	5660	5670	5680	5690	5700	5710	5720	5730	5740	5750	5760	5770	5780	5790	5800	5810	5820	5830	5840	5850	5860	5870	5880	5890	5900	5910	5920	5930	5940	5950	5960	5970	5980	5990	6000	6010	6020	6030	6040	6050	6060	6070	6080	6090	6100	6110	6120	6130	6140	6150	6160	6170	6180	6190	6200	6210	6220	6230	6240	6250	6260	6270	6280	6290	6300	6310	6320	6330	6340	6350	6360	6370	6380	6390	6400	6410	6420	6430	6440	6450	6460	6470	6480	6490	6500	6510	6520	6530	6540	6550	6560	6570	6580	6590	6600	6610	6620	6630	6640	6650	6660	6670	6680	6690	6700	6710	6720	6730	6740	6750	6760	6770	6780	6790	6800	6810	6820	6830	6840	6850	6860	6870	6880	6890	6900	6910	6920	6930	6940	6950	6960	6970	6980	6990	7000	7010	7020	7030	7040	7050	7060	7070	7080	7090	7100	7110	7120	7130	7140	7150	7160	7170	7180	7190	7200	7210	7220	7230	7240	7250	7260	7270	7280	7290	7300	7310	7320	7330	7340	7350	7360	7370	7380	7390	7400	7410	7420	7430	7440	7450	7460	7470	7480	7490	7500	7510	7520	7530	7540	7550	7560	7570	7580	7590	7600	7610	7620	7630	7640	7650	7660	7670	7680	7690	7700	7710	7720	7730	7740	7750	7760	7770	7780	7790	7800	7810	7820	7830	7840	7850	7860	7870	7880	7890	7900	7910	7920	7930	7940	7950	7960	7970	7980	7990	8000	8010	8020	8030	8040	8050	8060	8070	8080	8090	8100	8110	8120	8130	8140	8150	8160	8170	8180	8190	8200	8210	8220	8230	8240	8250	8260	8270	8280	8290	8300	8310	8320	8330	8340	8350	8360	8370	8380	8390	8400	8410	8420	8430	8440	8450	8460	8470	8480	8490	8500	8510	8520	8530	8540	8550	8560	8570	8580	8590	8600	8610	8620	8630	8640	8650	8660	8670	8680	8690	8700	8710	8720	8730	8740	8750	8760	8770	8780	8790	8800	8810	8820	8830	8840	8850	8860	8870	8880	8890	8900	8910	8920	8930	8940	8950	8960	8970	8980	8990	9000	9010	9020	9030	9040	9050	9060	9070	9080	9090	9100	9110	9120	9130	9140	9150	9160	9170	9180	9190	9200	9210	9220	9230	9240	9250	9260	9270	9280	9290	9300	9310	9320	9330	9340	9350	9360	9370	9380	9390	9400	9410	9420	9430	9440	9450	9460	9470	9480	9490	9500	9510	9520	9530	9540	9550	9560	9570	9580	9590	9600	9610	9620	9630	9640	9650	9660	9670	9680	9690	9700	9710	9720	9730	9740	9750	9760	9770	9780	9790	9800	9810	9820	9830	9840	9850	9860	9870	9880	9890	9900	9910	9920	9930	9940	9950	9960	9970	9980	9990	10000
P01	Person:Constant	402	408	419	423	430	435	442	449	457	464	472	480	487	495	503	511	519	527	535	543	551	559	567	575	583	591	599	607	615	623	631	639	647	655	663	671	679	687	695	703	711	719	727	735	743	751	759	767	775	783	791	799	807	815	823	831	839	847	855	863	871	879	887	895	903	911	919	927	935	943	951	959	967	975	983	991	999	1007	1015	1023	1031	1039	1047	1055	1063	1071	1079	1087	1095	1103	1111	1119	1127	1135	1143	1151	1159	1167	1175	1183	1191	1199	1207	1215	1223	1231	1239	1247	1255	1263	1271	1279	1287	1295	1303	1311	1319	1327	1335	1343	1351	1359	1367	1375	1383	1391	1399	1407	1415	1423	1431	1439	1447	1455	1463	1471	1479	1487	1495	1503	1511	1519	1527	1535	1543	1551	1559	1567	1575	1583	1591	1599	1607	1615	1623	1631	1639	1647	1655	1663	1671	1679	1687	1695	1703	1711	1719	1727	1735	1743	1751	1759	1767	1775	1783	1791	1799	1807	1815	1823	1831	1839	1847	1855	1863	1871	1879	1887	1895	1903	1911	1919	1927	1935	1943	1951	1959	1967	1975	1983	1991	1999	2007	2015	2023	2031	2039	2047	2055	2063	2071	2079	2087	2095	2103	2111	2119	2127	2135	2143	2151	2159	2167	2175	2183	2191	2199	2207	2215	2223	2231	2239	2247	2255	2263	2271	2279	2287	2295	2303	2311	2319	2327	2335	2343	2351	2359	2367	2375	2383	2391	2399	2407	2415	2423	2431	2439	2447	2455	2463	2471	2479	2487	2495	2503	2511	2519	2527	2535	2543	2551	2559	2567	2575	2583	2591	2599	2607	2615	2623	2631	2639	2647	2655	2663	2671	2679	2687	2695	2703	2711	2719	2727	2735	2743	2751	2759	2767	2775	2783	2791	2799	2807	2815	2823	2831	2839	2847	2855	2863	2871	2879	2887	2895	2903	2911	2919	2927	2935	2943	2951	2959	2967	2975	2983	2991	2999	3007	3015	3023	3031	3039	3047	3055	3063	3071	3079	3087	3095	3103	3111	3119	3127	3135	3143	3151	3159	3167	3175	3183	3191	3199	3207	3215	3223	3231	3239	3247	3255	3263	3271	3279	3287	3295	3303	3311	3319	3327	3335	3343	3351	3359	3367	3375	3383	3391	3399	3407	3415	3423	3431	3439	3447	3455	3463	3471	3479	3487	3495	3503	3511	3519	3527	3535	3543	3551	3559	3567	3575	3583	3591	3599	3607	3615	3623	3631	3639	3647	3655	3663	3671	3679	3687	3695	3703	3711	3719	3727	3735	3743	3751	3759	3767	3775	3783	3791	3799	3807	3815	3823	3831	3839	3847	3855	3863																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.866	6

Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.865	4

Promosi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.866	6

Lampiran 6 Hasil Uji Korelasi

Uji Korelasi Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Correlations			
		Kualitas_Produk	Keputusan_Pembelian
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	1	.815**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	80	80
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Uji Korelasi Harga dan Keputusan Pembelian

Correlations			
		Harga	Keputusan_Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.768**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	80	80
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

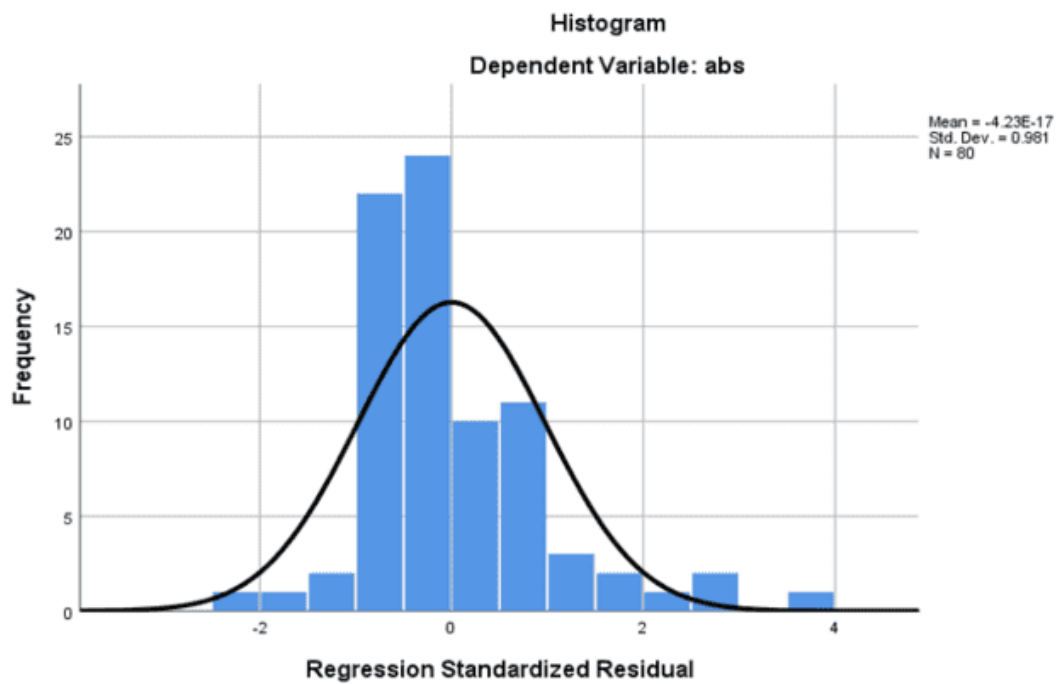
POLITEKNIK NEGERI BALI

Uji Korelasi Promosi dan Keputusan Pembelian

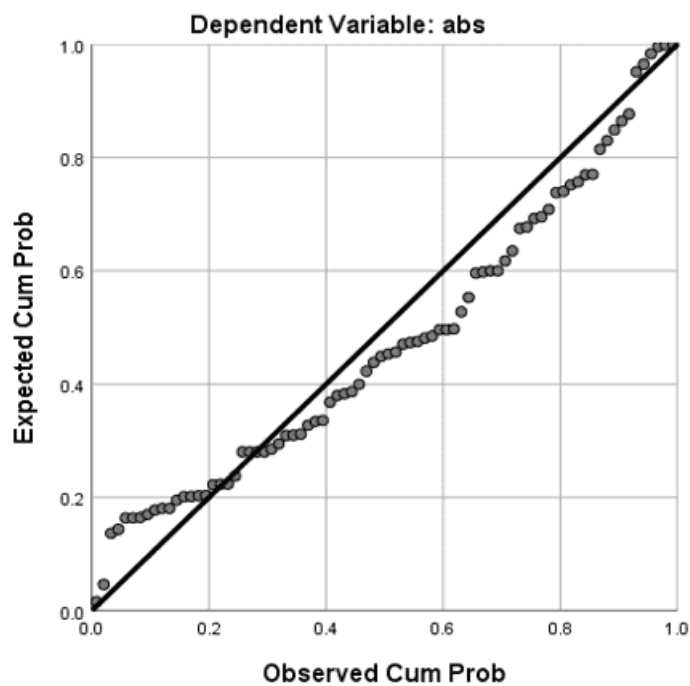
Correlations		Promosi	Keputusan_Pembelian
Promosi	Pearson Correlation	1	.784**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	80	80
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.54011835
Most Extreme Differences	Absolute	0.063
	Positive	0.063
	Negative	-0.062
Test Statistic		0.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



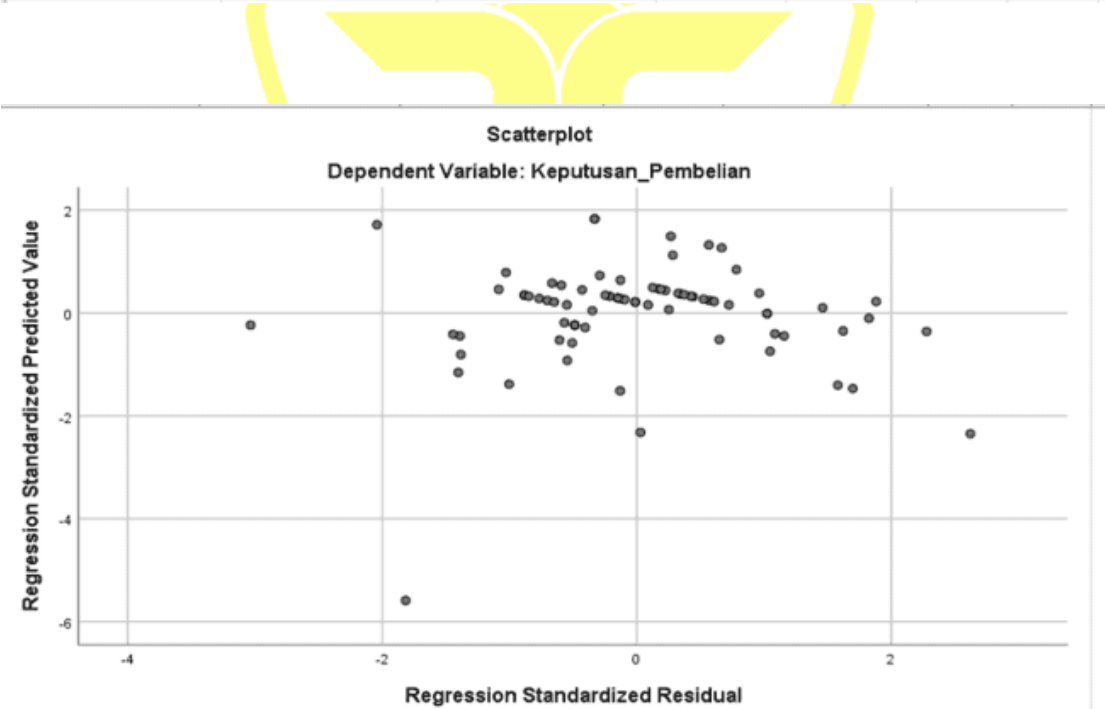
ISNIS
BALI

Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas, Uji T dan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.747	1.553		1.125	0.264			
	Kualitas_Produk	0.470	0.093	0.436	5.049	0.000	0.413	2.424	
	Harga	0.342	0.113	0.268	3.020	0.003	0.391	2.559	
	Promosi	0.157	0.056	0.262	2.785	0.007	0.348	2.872	
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian									

Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.747	1.553		1.125	0.264	
	Kualitas_Produk	0.470	0.093	0.436	5.049	0.000	
	Harga	0.342	0.113	0.268	3.020	0.003	
	Promosi	0.157	0.056	0.262	2.785	0.007	
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian							



Lampiran 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614.165	3	204.722	83.031	.000 ^b
	Residual	187.385	76	2.466		
	Total	801.550	79			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Produk,						

Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	0.766	0.757	1.570
a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Produk,				

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 12 Luaran Penelitian

Wardah

NEW PRODUCT!

SYMRADIANCE399

**SYMADIANCE399
+ 10% NIACINAMIDE
BRIGHT & BARRIER
REPAIR SERUM 30 ML**
~~Rp105.000~~
Rp75.000

BEST PRICE

**SYMADIANCE399
+ 5% NIACINAMIDE
BRIGHT & BARRIER
BOOSTER MOISGEL 30 GR**
~~Rp80.000~~
Rp50.000

***Harga Sudah Termasuk Discount**
***Ready di Rejeki Cosmetics Uluwatu**

Jl. Raya Uluwatu Pertokoan Atas Kusuma No.3, Jimbaran, Kuta Sel., Badung, Bali
☎ +62 812 853 246 86 📷 @rejekicosmetics

Rejeki
COSMETICS

Lampiran 13 Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali-80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id, Email: poltek@pnb.ac

No. : 04593/PL8/DT.01/2025
Hal : Permohonan Pengambilan Data

Yth. Pimpinan Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu
Jl. Raya Uluwatu Pertokoan Alas Kusuma No.3 Jimbaran, Kec. Kuta

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Wardah di Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu)”**, maka mohon diizinkan mahasiswa kami atas nama:

No.	Nama	NIM	Jurusan
1	Wahyu Andriani	2415764006	Administrasi Niaga

untuk mengumpulkan data penelitian, dan menyebarkan kuisioner di perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin terkait Skripsi yang akan dibuat.

Data tersebut semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan akademik-ilmiah dalam mendukung penyelesaian Skripsi sebagai prasyarat untuk kelulusan dalam menyelesaikan perkuliahan di Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Demikianlah surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Badung, 25 Maret 2025
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE. MBA. Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Lampiran 14 Surat Penggunaan Karya dari Perusahaan



SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA MAHASISWA

Nomor : 98/1237/VII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zulda Ayda
Jabatan : Human Resource Department
Perusahaan : Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali
Alamat : Jl. Raya Uluwatu Pertokoan Alas Kusuma No.3, Jimbaran

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Wahyu Andriani
NIM : 2415764006
Kelas : RPL MBI
Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional
Jurusan : Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Telah menghasilkan karya berupa : Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah Toko Rejeki Cosmetics Uluwatu Bali dengan menghasilkan luaran penelitian berupa desain flyer promosi dari produk Wardah yang berisi promosi produk yang menarik untuk dilihat oleh konsumen sehingga produk Wardah lebih banyak lagi menarik perhatian konsumen yang akan digunakan di perusahaan kami di bidang promosi.

Dengan tujuan untuk : Agar dengan adanya flyer ini bisa membantu produk Wardah agar dapat menarik perhatian konsumen lebih banyak lagi.

Badung, 12 Juli 2025
HRD Toko Rejeki Cosmetics

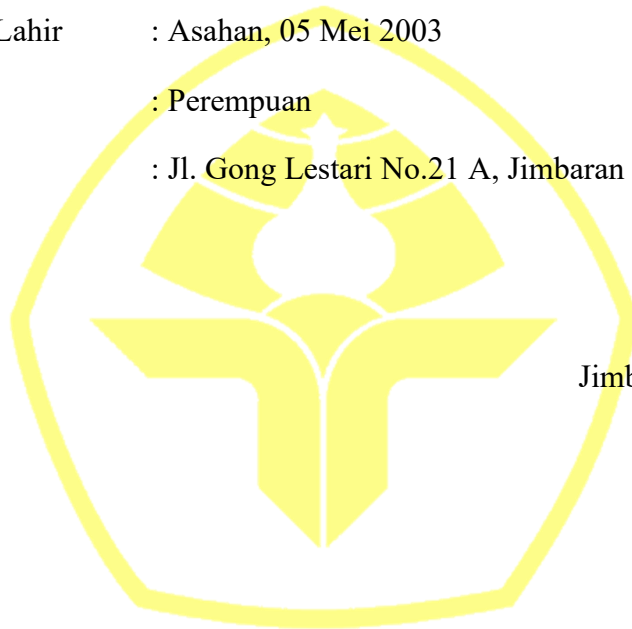
Zulda Ayda

POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Wahyu Andriani
NIM : 2415764006
Kelas : RPL-Manajemen Bisnis Internasional
Tempat, Tanggal Lahir : Asahan, 05 Mei 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Gong Lestari No.21 A, Jimbaran



Jimbaran, 17 Juli 2025

Wahyu Andriani

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI