

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
IMPLORA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

KAMELIA MASYKUROH
NPM : 21420132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK IMPLORA DI KOTA
SURABAYA**

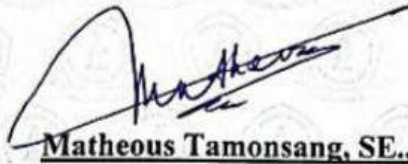
Diajukan oleh :

KAMELIA MASYKUROH

NPM. 21420132

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

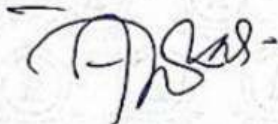
DOSEN PEMBIMBING



Matheous Tamonsang, SE., MSi.

Tanggal, 2 Feb '20

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE. MM

Tanggal, 3 Feb '20

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
IMPLORA DI KOTA SURABAYA**

Diajukan oleh;

KAMELIA MASYKUROH
NPM : 21420132

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Matheous Tamonsang, SE. M.Si

Ketua Dewan Penguji



Givana, SE.,MM.

Anggota Dewan Penguji



Dijah Julindrastuti, SE. M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 3 Feb 2026



Dwi Indah Mustikorini, SE.,MM
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya, 11 Maret 2025
Yang membuat pernyataan



KAMELIA MASYKUROH
NPM : 21420132

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Kota Surabaya”**.Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan memenuhi menyelesaikan Program Strata 1(S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak, penulis tidak akan berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan rendah hati ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec .Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dedikasi dan pengabdianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini. SE . MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., MSi selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5. Bapak Matheous Tamonsang, SE. MSi. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu serta tenaga dalam membimbing, mengarahkan, memotivasi, memberikan saran-saran dan memberi kemudahan selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terutama para dosen dalam Program Studi Manajemen, yang telah memberikan berbagai pengetahuan yang sangat berharga dan bermanfaat dalam proses peningkatan pemahaman penulis.
7. Untuk seluruh karyawan TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh Keluarga Penulis, Khususnya Ayah, Ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
9. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah bertahan sejauh ini serta tetap memilih berusaha walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.
10. Untuk para sahabat saya Anggi alvika, Radika Putri Amanda, Fira Indah Ayu Mantari yang senantiasa memberikan semangat, saran dan kritik dalam penulisan ini.

11. Untuk rekan-rekan seangkatan 2021 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih telah memberikan kenangan dan bantuan semasa perkuliahan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis mengharapkan kritik yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya,

Kamelia Masykuroh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Kota Surabaya. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan pendekatan kuantitatif dan memiliki kriteria yaitu konsumen yang berusia minimal 17 tahun, konsumen yang pernah berbelanja produk implora di salah satu dari 10 gerai kosmetik di Kota Surabaya (Belia Cosmetic, Jelita Cosmetic, Star Cosmetic, Sugar Bee Cosmetic, Fanina Femme Cosmetic, The Salon Shop Cosmetic, Rainbow Cosmetic, Malika Beauty Cosmetic, Aiskin Cosmetic, Pineapple Shop) serta konsumen yang pernah menggunakan menggunakan produk Implora Kosmetik. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga faktor Kualitas Produk, Promosi, dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi Kualitas Produk, semakin banyaknya Promosi yang dilakukan dan semakin mempertahankan strategi Harga yang terjangkau maka dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora di Kota Surabaya. Penelitian ini memberikan masukan penting bagi pelaku usaha kosmetik dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim this study is to understand the effect of product quality, promotion and price on purchasing decisions for Implora cosmetics. In Surabaya City. The number of samples was determined using a non-probability sampling method with a purposive sampling procedure. A total of 100 respondents were surveyed using a quantitative approach, and the sample was selected based on the following criteria: consumers must be at least 17 years old; they must have shopped for Implora products at one of the ten cosmetic outlets in Surabaya City (Belia Cosmetics, Jelita Cosmetics, Star Cosmetics, Sugar Bee Cosmetics, Fanina Femme Cosmetics, The Salon Shop Cosmetics, Rainbow Cosmetics, Malika Beauty Cosmetics, Aiskin Cosmetics, Pineapple Shop); and they must have used Implora Cosmetics products. The resultsThe analysis shows that the three factors of product quality, promotion and price have a significant influence on purchasing decisions. This means that higher product quality, greater promotion and more affordable pricing can affect the purchasing decision for Implora cosmetic products in Surabaya City. This research provides important input for cosmetic businesses in developing more effective marketing strategies.

Keywords: Product Quality, Promotion, Price, Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Skripsi.....	8
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	9
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.4 Promosi.....	15
2.1.4.1 Pengertian Promosi.....	15
2.1.4.2 Bauran promosi	15
2.1.4.3 Indikator Promosi	17
2.1.4.4 Tujuan promosi.....	17
2.1.5 Harga	18
2.1.5.1 Pengertian Harga	18
2.1.5.2 Indikator Harga.....	18
2.1.5.3 Tujuan Penetapan Harga	19

2.1.6 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7 Hubungan Variable	22
2.1.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.1.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.1.7.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Pendekatan penelitian	31
3.2 Populasi dan Sample Penelitian	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Identifikasi variabel.....	33
3.3.1 Variabel Independen (X)	34
3.3.2 Variabel Dependen (Y)	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4.1 Kualitas Produk.....	34
3.4.2 Promosi.....	35
3.4.3 Harga	35
3.4.4 Keputusan pembelian	35
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	36
3.5.1 Jenis Data.....	36
3.5.2 Sumber Data	36
3.5.2.1 Data Primer.....	36
3.5.2.2 Data Sekunder	36
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.6.1 Kuisisioner.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37

3.7.1 Uji validitas.....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas	38
3.8 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.8.1 Regresi Linear Berganda	39
3.9 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.1 Uji Normalitas.....	40
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.9.3 Uji Multikolinearitas	40
3.9.4 Uji Autokorelasi.....	41
3.10 Uji Hipotesis	42
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.10.2 Uji Parsial (Uji t)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Profil Implora.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.2.1 Visi	45
4.1.2.2 Misi.....	45
4.2 Hasil penelitian	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.1.1 Jawabana Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
4.2.1.2 Jawaban Responden Menurut Usia	47
4.2.1.3 Jawaban Responden Menurut Status/Pekerjaan.....	47
4.2.1.4 Jawaban Responden Menurut Pendapatan per bulan.....	48
4.2.2 Statistik Deskriptif	49
4.2.2.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	50
4.2.2.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	51
4.2.2.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	51
4.2.2.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	52
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	52

4.3.1 Uji Validitas.....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	60
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
4.6.1 Uji t.....	63
4.6.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	65
4.7 Pembahasan.....	66
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Implora Kosmetik di Kota Surabaya.	66
4.7.2 Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Implora Kosmetik di Kota Surabaya.....	66
4.7.3 Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Implora Kosmetik di Kota Surabaya.....	67
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Dasar Pengambilan Keputusan Pada Uji Durbin-Watson.....	41
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variable Kualitas Produk (X1).....	50
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variable Promosi (X2).....	51
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variable Harga (X3).....	51
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.9 Uji Validitas	53
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.11 Tabel uji kolmogorov smirnov	56
Tabel 4.12 Tabel Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.13 Tabel Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14 Tabel Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t	63
Tabel 4.17 Tabel Uji Determinasi (R ²).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	45
Gambar 4.2 Plot Normalitas	55
Gambar 4.3 Scatterplot	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	77
Lampiran II Data Tabulasi & Output SPSS.....	84