

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN AKUN
WDYCOSMETIC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

**Di ajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

GIOVANNI INDAH MELLIANA

NPM : 14420071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Giovanni Indah Melliana
NPM : 14420071
Alamat : Perum griyomapan sentosa blok EA IV/32 sedati juanda
sidoarjo
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”.

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16-08-2018

Yang membuat pernyataan



Giovanni Indah Melliana

Npm. 14420071

SKRIPSI

Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh :

GIOVANNI INDAH MELLIANA

NPM : 14420071

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



WIWIK HERAWATI, SE, MM

Tanggal,.....16-08-2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal,.....16-08-2018

SKRIPSI

Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan oleh :

GIOVANNI INDAH MELLIANA

NPM : 14420071

Susunan dewan penguji

Pembimbing utama



Wiwik Herawati, SE., MM

Anggota dewan penguji lain



Lestari, SE., MM.



Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 16-08-2018



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media sosial instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” ini dengan baik. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk menempuh dan memenuhi syarat menyelesaikan program strata 1 (S1) program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Ni Ketut Yulia Agustini, SE, MM selaku dosen wali.
5. Ibu Wiwik Herawati, SE, MM selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu penulis selama di bangku perkuliahan.
7. Mama dan Papa saya yang selama ini selalu memberikan support, doa, serta motivasi dan kedua saudara saya, Meydi dan Hellen yang selalu memberi semangat dan membantu penulis.
8. Sahabat, teman main, teman seperjuangan, teman kuliah Oktaviana desy, Desy Eka Lestari, Rika Akana, Malinda Ignacia, teman-teman FE Manajemen 2014, serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
9. Dan yang terakhir tak lupa saya sampaikan terima kasih kepada beberapa teman-teman fakultas ekonomi universitas wijaya kusuma yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini

Demikian, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan berguna bagi kemajuan serta kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya,.....

Giovanni Indah Melliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pemasaran.....	11
2.1.1.1. Apa yang dipasarkan.....	11

2.1.1.2.Pemasar.....	13
2.1.1.3. Penawaran Merk.....	14
2.1.1.4. Nilai & Kepuasan.....	14
2.1.1.5. Saluran Pemasaran.....	14
2.1.1.6. Persaingan.....	15
2.1.1.7. Kekuatan kemasyarakatan utama.....	15
2.1.1.8. Pasar sasaran, positioning, dan segmentasi.....	17
2.1.1.9. Lingkungan pemasaran.....	17
2.1.1.10 .Bauran pemasaran.....	18
2.1.1.11. Pemasaran abad ke dua puluh satu : <i>electronic commerce</i>	20
2.1.2. Pemasaran online (<i>Internet marketing</i>).....	22
2.1.2.1. Pemasaran <i>online</i> melalui media social.....	23
2.1.3. <i>Online shopping</i>	23
2.1.4. Instagram.....	25
2.1.4.1 Fitur-fitur instagram.....	26
2.1.5. Kualitas pelayanan.....	29
2.1.5.1 Faktor utama dalam mempengaruhi Kualitas pelayanan.....	31
2.1.5.2. Faktor-faktor penyebab kualitas pelayanan buruk	32
2.1.5.3. Pengukuran kualitas pelayanan.....	33

2.1.6. Kelengkapan produk.....	34
2.1.7. Harga.....	38
2.1.7.1. Tujuan penetapan harga.....	39
2.1.7.1.1. Tujuan berorientasi laba.....	39
2.1.7.1.2. Tujuan berorientasi penjualan.....	42
2.1.7.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan Harga.....	44
2.1.7.3. Metode penetapan harga.....	47
2.1.7.4. Potongan harga dan imbalan khusus.....	48
2.1.8. Keputusan pembelian.....	51
2.1.8.1. Tahap-tahap proses keputusan pembelian.....	53
2.1.8.2. Indikator Keputusan pembelian.....	57
2.1.9. Hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan Pembelian.....	57
2.1.10. Hubungan harga dengan keputusan pembelian.....	58
2.1.11. Hubungan kelengkapan produk dengan keputusan Pembelian.....	58
2.2 Penelitian Sebelumnya	59
2.3 Hipotesis dan Bagan Analisis	59
2.3.1. Hipotesis.....	59
2.3.2. Model Analisis.....	60

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	62
----------------------------------	----

3.2. Populasi, Sampel,.....	63
3.2.1 Populasi.....	63
3.2.2 Sampel.....	63
3.3. Identifikasi Variabel	64
3.4. Definisi Operasional	65
3.5. Jenis dan Sumber Data	69
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	69
3.7. Teknik Analisis.....	70
3.7.1. Statistik Deskriptif.....	71
3.7.2. Analisis Inferensial.....	71
3.7.2.1. Uji Validitas.....	72
3.7.2.2. Uji Reliabilitas.....	72
3.7.3. Analisis Koefisien Regresi Linier berganda.....	73
3.7.3.1. Uji Koefisien Determinasi berganda (R^2).....	74
3.7.4. Uji Hipotesis.....	75

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	80
4.1.1 Sejarah singkat wdycosmetic.....	80
4.1.2. Instagram wdycosmetic.....	81
4.2. Hasil Penelitian.....	83
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	83
4.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	93
4.3. Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	101

4.3.1	Hasil Pengujian Koefisien regresi linier berganda.....	101
4.3.2	Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	102
4.3.3.	Pengujian Hipotesis.....	103
4.3.3.1.	Pengujian Hipotesis Pertama.....	103
4.3.3.2.	Pengujian Hipotesis Kedua.....	110
4.4	Pembahasan.....	111

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1	Simpulan	114
5.2	Saran	115
5.3	Keterbatasan.....	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskriptif Karakter Responden.....	84
Tabel 4.2	Kategori Penilaian.....	86
Tabel 4.3	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kelengkapan produk (X1).....	87
Tabel 4.4	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X2)...	88
Tabel 4.5	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas pelayanan (X3).....	90
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	92
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	94
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	103
Tabel 4.10	Hasil Analisis Uji F.....	104
Tabel 4.11	Hasil Analisis Uji t	106
Tabel 4.12	Standardized coefficient Beta.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tujuan Penetapan Harga.....	39
Gambar 2.2 Proses keputusan pembelian	56
Gambar 2.3 Model Kerangka pikiran.....	61
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F	76
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t	78
Gambar 4.1 Tampilan akun instagram wdycosmetic	82
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji F	105
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kelengkapan produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	107
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	108

Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3)
terhadap Keputusan Pembelian (Y).....

109

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Input Data SPSS
- Lampiran 3 Output Deskripsi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Output Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Output Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Tabel F & t

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelengkapan produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bermakna terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kelengkapan produk, harga, kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 93 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi 0,000, Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “Kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” dapat didukung kebenarannya.

Dari hasil pengujian uji T diperoleh Standardized Coefficient Beta yang terbesar dimiliki oleh variabel Harga (X_2). Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “Diantara Kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik melalui media social instagram dengan akun wdycosmetic (Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) adalah Harga” dapat didukung kebenarannya.

Kata kunci: Kelengkapan produk, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether product completeness, price, and quality of service have a significant effect on purchasing decisions of cosmetic products through Instagram account wdycosmetic (A case study on the economics faculty students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). The independent variables in this study are product completeness, price and quality of service. The dependent variable is cosmetic product purchasing decisions on wdycosmetic account through social media Instagram (A case study on the economics faculty students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). In this study, sampling was conducted by non probability sampling with purposive sampling procedure. A total of 93 people were used as samples. Hypothesis test were done by performing multiple linear regression analysis.

Before the hypothesis test were done, reliability and validity tests were conducted. The results were all the variables valid and reliable, the test results showed that $F_{hitung} > F_{table}$ with significance 0,000. Thus the first hypothesis stating "product completeness, price, and quality of service had significant effect on purchasing decisions of cosmetic products at Instagram account wdycosmetic (A case study on the economics faculty students of Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)" can be considered true.

From T test result, the biggest Standardized Coefficient Beta was obtained by variable (X₂). Thus the second hypothesis stated "Among the the variables of product completeness, price, and quality of service that had the biggest influence on purchasing decision of cosmetic products through Instagram account wdycosmetic account (A Case Study on the economics faculty students of University of Wijaya Kusuma Surabaya) was the price" can be said true.

Keywords: product completeness, price, and quality of service

