

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline

Puji Isyanto<sup>a,1\*</sup>, Asep Darojatul Romli<sup>a,2</sup>, Uus MD Fadli<sup>a,3</sup>

<sup>a</sup> Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

<sup>1</sup> puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id\*

\*korespondensi penulis

### Informasi artikel

Received: 21 Juni 2022;

Revised: 12 Juli 2022;

Accepted: 20 Juli 2022.

### Kata kunci:

Kualitas Produk;

Harga;

Keputusan

Pembelian.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk lipstik maybelline; (2) hubungan kualitas produk dan harga produk lipstik maybelline; (3) pengaruh parsial kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline; (4) pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi manajemen universitas buana perjuangan karawang. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif verifikatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 133 orang. Sampel yang diambil berdasarkan teknik Stratified Random Sampling berjumlah 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi, koefisien determinasi dan analisis jalur (path analysis). Berdasarkan hasil uji deskriptif, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian berada pada kriteria setuju. Berdasarkan hasil uji verifikatif, diketahui terdapat hubungan yang kuat dan searah antara kualitas produk dan harga. Terdapat pengaruh parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 0,073 atau 7,3%. Terdapat pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,466 atau 46,6%. Terdapat pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,825 atau 82,5% sedangkan sisanya sebesar 0,175 atau 17,5% di pengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### ABSTRACT

*The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions for Maybelline Lipstick Products. This research aims to analyze (1) product quality, price and purchasing decisions for Maybelline lipstick products; (2) the relationship between product quality and price of Maybelline lipstick products; (3) partial influence of product quality and price on purchasing decisions for Maybelline lipstick products; (4) the simultaneous influence of product quality and price on purchasing decisions for Maybelline lipstick products among management students at Buana Usaha University, Karawang. This research was conducted using a descriptive verification method. The total population in this study was 133 people. The sample taken based on the Stratified Random Sampling technique was 100 people. Data analysis techniques use correlation analysis, coefficient of determination and path analysis. Based on the results of descriptive tests, product quality, price and purchasing decisions are in the agree criteria. Based on the results of verification tests, it is known that there is a strong and unidirectional relationship between product quality and price. There is a partial influence of product quality on purchasing decisions of 0.073 or 7.3%. There is a partial influence of price on purchasing decisions of 0.466 or 46.6%. There is a simultaneous influence of product quality and price on purchasing decisions of 0.825 or 82.5%, while the remaining 0.175 or 17.5% is influenced by other variables not examined in this research.*

Copyright © 2022 (Puji Isyanto, dkk). All Right Reserved

How to Cite : Isyanto, P., Romli, A. D., & Fadli, U. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline. *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 60–67. <https://doi.org/10.56393/equilibrium.v2i2.2475>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

## Pendahuluan

Perkembangan bisnis global saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat di tandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang membuat produk yang sama sehingga pengusaha di tuntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penggunaan produk kecantikan telah menimbulkan persaingan antar perusahaan kosmetik yang sangat ketat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis produk kecantikan yang beredar di pasaran. Di Indonesia produk kecantikan memiliki peminatnya masing-masing. Ada yang menyukai produk kecantikan dari dalam negeri dan ada yang menyukai produk kecantikan dari luar negeri. Salah satu produk kecantikan dari luar negeri yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah kosmetik Maybelline. Maybelline New York adalah brand kosmetik terkenal no. 1 di dunia, terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern (Al'asqolaini, 2020).

Salah satu produk kosmetik Maybelline yang menjadi pilihan konsumen yaitu Lipstik. Hal ini dapat di lihat pada Top Brand kosmetik bibir di marketplace shopee pada tahun 2021. Kosmetik bibir Maybelline menduduki posisi pertama sebagai brand yang paling banyak di beli dan di minati oleh para konsumen kosmetik di Indonesia. Maybelline menguasai sales revenue dengan total penjualan sebesar Rp 6,68% Miliar, sehingga mampu melampaui brand kompetitor lainnya baik lokal maupun non-lokal. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keputusan pembelian. Keputusan Pembelian merupakan sebuah tindakan seorang konsumen dalam membeli sebuah produk yang dinilai akan dapat membuatnya puas setelah memakai produk tersebut (Rizal et al., 2021).

Berdasarkan hasil top brand index kategori lipstik tahun 2017-2020 *market share* lipstik maybelline cenderung mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Penurunan *market share* yang di alami maybelline dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa adanya kelemahan yang terdapat pada lipstik maybelline, sehingga konsumen merasa tidak puas dan memutuskan untuk beralih ke merek lain. Penurunan persentase yang dialami oleh maybelline mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk lipstik maybelline mengalami penurunan.

Diantara beberapa penyebab yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga (Hasanah & Al'asqolaini, 2020). Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas yaitu produk yang di terima pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain kualitas produk, faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan pembelian suatu produk adalah harga. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan, karena tingkat harga yang di tetapkan suatu perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Agar konsumen dapat memutuskan pembelian pada produk lipstik maybelline maka perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas yang dimiliki serta menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk.

Tinjauan Pustaka. Kualitas Produk. Menurut Tjiptono (2016:152) menyatakan bahwa Kualitas produk dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Indrasari (2019:36) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Keputusan Pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016:179) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu perilaku yang dibentuk oleh konsumen dalam memilih merek yang paling disukai untuk dibeli.

## Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan verifikatif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis korelasi, koefisien determinasi dan analisis jalur (*Path Analysis*). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2022 - September 2022. Adapun lokasi penelitian ini adalah

Universitas Buana Perjuangan Karawang yang beralamat di Jalan Ronggo Waluyo Sirnabaya, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur Kabupaten Karawang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk lipstik maybelline sebanyak 133 responden Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan metode *Stratified Random Sampling* dengan jumlah 100 sampel. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebar angket/kuesioner. Sedangkan teknik yang gunakan dalam pengumpulan data sekunder yaitu dengan melakukan studi kepustakaan dan riset internet.

## Hasil dan pembahasan

Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online melalui google formulir kepada responden, responden dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Hasil penelitian ini diperoleh karakteristik responden dan tanggapan responden mengenai pernyataan masing-masing variabel yang kemudian dari hasil kuesioner tersebut diolah menggunakan SPSS.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti Berdasarkan hasil olah data statistik yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan yang berjumlah 45 butir yang di sebarakan kepada 100 responden, semua nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r Hitung	r Kritis	Kriteria
Kualitas Produk (X1)	0,930	0,600	Sangat Reliabel
Harga (X2)	0,930	0,600	Sangat Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,924	0,600	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2022

Berdasarkan Tabel 1. di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas setiap variabel nilai ( $\alpha$ )  $>$  0.600 sehingga Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan sangat reliabel karena  $r$  hitung  $>$   $r$  kritis.

## Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84258163
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.049
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2022

Berdasarkan Tabel 2. diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas berdasarkan kolmogorov-smirnov test, yang mana diketahui bahwa signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,109 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat dengan disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Analisis deskriptif, pertama, rekapitulasi hasil total variabel kualitas produk dari 15 butir pernyataan kuesioner memiliki total skor sebesar 6.454. Rata-rata (mean) serta kecenderungan (modus) dari ke 15 indikator menunjukkan kriteria sangat setuju. Kedua, rekapitulasi hasil total variabel harga dari 15 butir pernyataan kuesioner memiliki total skor sebesar 4.219 . Rata-rata (mean) serta kecenderungan (modus) dari ke 15 indikator menunjukkan kriteria setuju. Ketiga, rekapitulasi hasil total variabel keputusan pembelian dari 15 butir pernyataan kuesioner memiliki total skor sebesar 4.137. Rata-rata (mean) serta kecenderungan (modus) dari ke 15 indikator menunjukkan kriteria setuju.

#### Analisis Verifikatif

Koefisien Korelasi Antara Kualitas Produk (X1) dengan Harga (X2)

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi X1 dan X2

		Kualitas Produk Harga	
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Harga	Pearson Correlation	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 3. di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk korelasi hubungan antara X1 dengan X2 adalah  $0,000 < 0,05$  *pearson correlation* yang di dapat sebesar 0,776. Artinya, terdapat hubungan yang kuat antara kualitas produk dan harga.

Koefisien Jalur Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Parsial X1 dan X2 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.238	1.990		3.637	.000
	Kualitas Produk	.260	.065	.270	4.009	.000
	Harga	.643	.063	.683	10.147	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel 4. diatas, dapat diketahui bahwa koefisien jalur pengaruh kualitas produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,270. Koefisien Jalur Pengaruh Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan pada tabel 4. diatas, dapat diketahui bahwa koefisien jalur pengaruh harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,683. Koefisien Jalur Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5. Pengaruh Simultan X1 dan X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.908 <sup>a</sup>	.825	.822	3.88199

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 5. diatas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,825. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap

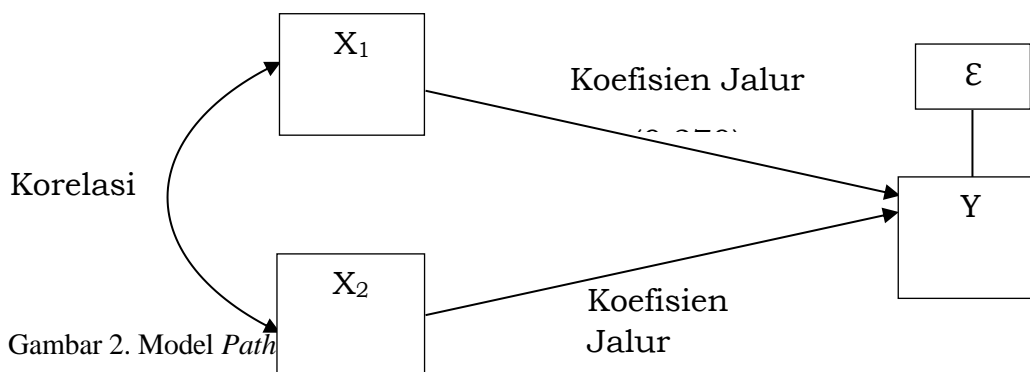
keputusan pembelian sebesar 82,5%. Selain itu, untuk memberikan interpretasi yang lebih jelas, maka dilakukan perhitungan secara manual sebagaimana tabel 6. berikut :

Tabel 6. Perhitungan Manual Pengaruh Simultan X1 dan X2 terhadap Y.

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak Langsung		Sub total pengaruh
			X1	X2	
Kualitas Produk	0,270	0,073	-	0,143	0,216
Harga	0,683	0,466	0,143	-	0,609
Total Pengaruh					0,825
Pengaruh lain ( $\epsilon$ ) epsilon					0,175

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2022

Berdasarkan perhitungan manual pengaruh simultan pada tabel 6. diatas, dapat diketahui bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 0,825 atau sebesar 82,5%. adapun sisanya sebesar 0,175 atau 17,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun model akhir analisis jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



### Uji Hipotesis

#### Korelasi antara Kualitas Produk (X1) dengan Harga (X2)

Nilai t hitung yang didapatkan dari uji t yaitu sebesar 12,192 yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel pada tingkat kesalahan 5%, sehingga  $df = n - 2 = 98$ , maka diperoleh t tabel sebesar 1.660. Adapun nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diketahui bahwa nilai t hitung ( $12,192 > 1,660$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima yang artinya terdapat korelasi antara kualitas produk dan harga.

#### Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Untuk melakukan pengujian secara parsial dari kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ , *degree of freedom* (df) =  $n - 2 = 100 - 2 = 98$  maka di peroleh t tabel sebesar 1.660.

Tabel 7. Uji Hipotesis Parsial X1 dan X2 terhadap Y

Struktural	Sig.	$\alpha$	t hitung	t tabel	Kesimpulan
$\rho_{yx1}$	0,000	0,05	4.009	1.660	$H_0$ di tolak $H_a$ di terima
$\rho_{yx2}$	0,000	0,05	10.147	1.660	$H_0$ di tolak $H_a$ di terima

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022.

Berdasarkan tabel 7. di atas, dapat dilihat bahwa nilai sig. (0,000) < dari  $\alpha$  (0,05) serta t hitung dari variabel kualitas produk (X1) yaitu (4.009) > t tabel (1.669) dan Variabel harga (X2) yaitu (10.147) > t tabel (1.669) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di tolak  $H_a$  di terima. Artinya terdapat pengaruh



yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline secara parsial.

Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 8. Uji Hipotesis Simultan X1 dan X2 terhadap Y

Struktural	Sig.	$\alpha$	F hitung	F tabel	Kesimpulan
pyx1x2	0,000	0,05	229.122	3.09	H0 di tolak Ha di terima

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022.

Berdasarkan tabel 8. di atas, dapat dilihat bahwa nilai sig. (0,000) < dari  $\alpha$  (0,05) serta F hitung (229.122) > F tabel (3.09) sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 di tolak Ha di terima. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline secara parsial.

**Pembahasan Kualitas Produk.** Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel kualitas produk lipstik maybelline yang memiliki total skor 4.654 dan rata-rata skor 430,2 yang berada pada rentang skala 423 – 500 dengan kriteria sangat setuju, artinya kualitas produk lipstik maybelline memiliki kualitas yang baik di mata Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Skor tertinggi yaitu 457 pada indikator kelengkapan produk dengan kriteria sangat setuju, artinya lipstik maybelline memiliki banyak pilihan warna. Sedangkan yang memiliki skor terendah yaitu 406 pada indikator mudah saat di bersihkan dengan kriteria setuju, artinya responden menilai bahwa setelah di gunakan, produk lipstik maybelline mudah untuk dibersihkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel harga pada lipstik maybelline yang memiliki total skor 4.219 dan rata-rata skor 414,6 yang berada pada rentang skala 342 – 423 dengan kriteria setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan harga yang di tetapkan lipstik maybelline. Skor tertinggi yaitu 429 pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas dan indikator variasi harga dengan kriteria sangat setuju, artinya responden menilai bahwa harga lipstik maybelline sesuai dengan kualitas produk dan harga lipstik maybelline bervariasi. Sedangkan yang memiliki skor terendah yaitu 383 pada indikator keterjangkauan harga dengan kriteria setuju, artinya responden menilai bahwa harga lipstik maybelline terjangkau

**Keputusan Pembelian.** Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline yang memiliki total skor 6.137 dan rata-rata skor 409,1 yang berada pada rentang skala 342 – 423 dengan kriteria setuju. Hal ini menunjukkan bahwa respon Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan setuju dalam memutuskan pembelian lipstik maybelline. Skor tertinggi yaitu 443 pada indikator varian produk dengan kriteria sangat setuju, artinya lipstik maybelline memiliki varian yang banyak untuk konsumen saat membeli lipstik maybelline. Sedangkan yang memiliki skor terendah yaitu 396 pada indikator pembelian untuk persediaan dengan kriteria setuju, artinya responden setuju dalam memutuskan pembelian lipstik maybelline untuk persediaan.

**Hubungan Antara Kualitas Produk (X1) dengan Harga (X2).** Hubungan variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai sebesar 0,776 dan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan searah karena nilainya positif dengan memiliki interval koefisien antara 0,600- 0,799. Dengan adanya korelasi antara kualitas produk dan harga mengartikan jika salah satu variabel mengalami penurunan atau peningkatan maka variabel yang lainnya juga akan mengalami dampak dari penurunan atau peningkatan tersebut. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk meningkat maka akan berdampak juga terhadap harga yang diberikan atau sebaliknya. Hal ini di perkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Paskalis Dakhi (2020), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan searah antara kualitas produk dan harga. jika variabel kualitas produk meningkat maka harga juga akan meningkat.

**Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).** Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,073 atau 7,3%. Hal ini menunjukkan pengaruh

---

positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohimah (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan sejalannya hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat memperkuat hasil yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Pengaruh Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,466 atau 46,6%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Libriana susanti (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan sejalannya hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat memperkuat hasil yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,825 atau 82,5%. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistic di peroleh nilai  $F_{hitung} = 229,122 > F_{tabel} 3,09$  dan  $sig. 0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima, maka kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang saling berkontribusi secara simultan sebesar 0,825 atau 82,5%. Sedangkan sisanya sebesar 0,175 atau 17,5% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sahara & Prakoso (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## Simpulan

Simpulan penelitian, pertama Kualitas produk pada lipstik maybelline dengan menggunakan 15 butir pernyataan terhadap variabel kualitas produk yang berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil dengan rata-rata sebesar 430,2 dengan kriteria sangat setuju, artinya kualitas produk lipstik maybelline memiliki kualitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang menilai sangat setuju dengan kualitas produk yang di miliki lipstik maybelline. Kedua, Harga pada lipstik maybelline dengan menggunakan 15 butir pernyataan terhadap variabel harga yang berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil dengan rata-rata sebesar 414,1 dengan kriteria setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan harga yang ditetapkan lipstik maybelline. Ketiga, Keputusan pembelian lipstik maybelline dengan menggunakan 15 butir pernyataan terhadap variabel keputusan pembelian yang berdasarkan hasil kuesioner di peroleh hasil dengan rata-rata sebesar 409,1 dengan kriteria setuju. Hal ini menunjukkan bahwa respon Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang setuju dalam memutuskan pembelian lipstik maybelline. Keempat, Korelasi antara kualitas produk dan harga yaitu sebesar 0,776 atau 77.6% yang berarti mempunyai hubungan yang kuat dan searah. Kelima, Terdapat pengaruh parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan total pengaruh sebesar 21,6%. Besarnya pengaruh parsial secara langsung adalah 7,3% dan pengaruh parsial tidak langsung sebesar 14,3%. Keenam, Terdapat pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian dengan total pengaruh sebesar 60,9%. Besarnya pengaruh parsial secara langsung adalah 46,6% dan pengaruh parsial tidak langsung sebesar 14,3%. Ketujuh, Terdapat pengaruh simultan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian lipstik maybelline baik secara langsung maupun tidak langsung dengan total pengaruh sebesar 82,5%. Adapun sisanya 17,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Implikasi: bagi perusahaan maybelline agar terus menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan selera konsumen, perusahaan juga harus memperhatikan selera konsumen sebab selera konsumen itu mudah berubah-ubah, serta terus menciptakan kualitas produk dengan yang lebih unggul di bandingkan dengan perusahaan lain agar konsumen mempertahankan keputusan pembeliannya untuk membeli produk lipstik maybelline.

## Referensi

- Al'asqolaini, M. Z. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Purbasari Color Matte Lipstick*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif, 5(2), 82-92.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, I. L., & Al'asqolaini, M. Z. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Indriati, E., Veronica, A., & Sibarani, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik pada Madame Gie Official Shop di Marketplace Shopee. *Journal of Economics and Management (JECMA)*, 4(2), 50-62.
- Libriana Susanti. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik Make Over (Studi kasus pada konsumen toko eka kosmetik lahat)*.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42-49.
- Paskalis Dakhi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Distribusi Produk Sebagai Variabel Intervening (Penelitian Pada Konsumen PT. Holly Kadoz Niasindo Teluk Dalam-Nias Selatan). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Rohimah, R. A. E. . A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Qween Cosmetics Wonosobo*. 1(1).
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
- Siagian, D. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah Pada Mahasiswi Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabet.
- Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).