

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA
DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS**

TUGAS AKHIR

Oleh:

KARISMA ROSICKY

213402516299



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA
DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

KARISMA ROSICKY

213402516299



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND
KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA
DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain, jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 19 Februari 2025



Karisma Rosicky
NPM: 213402516299

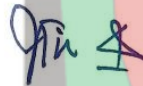
UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS

Nama : Karisma Rosicky
NPM : 213402516299
Program Studi : Manajemen

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

**Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen**



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS


Nama : Karisma Rosicky
NPM : 213402516299
Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Universitas Nasional
Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua/Penguji


(Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji


(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Mengetahui

Panitia Ujian Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis




(Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta: 24 Februari 2025

Tanggal Lulus: 24 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
KOSMETIK HANASUI PADA PELAJAR SMA
DI WILAYAH KECAMATAN CIRACAS

Oleh:

KARISMA ROSICKY

NPM. 213402516299

Tugas Akhir di bawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Penelitian ini mengkaji bagaimana siswa SMA di Kecamatan Ciracas mempersepsikan harga, kualitas produk, dan preferensi pelanggan saat memutuskan untuk membeli merek kosmetik Hanasui. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masing-masing komponen berkontribusi terhadap proses pengambilan keputusan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Untuk mengumpulkan data primer, kuesioner diberikan kepada 96 siswa SMA di Kecamatan Ciracas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan preferensi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *brand* kosmetik Hanasui pada pelajar SMA di wilayah kecamatan Ciracas.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Preferensi Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND
CONSUMER PREFERENCE ON THE PURCHASING DECISION OF
HANASUI COSMETIC BRAND AMONG HIGH SCHOOL
STUDENTS IN THE CIRACAS DISTRICT***

By:

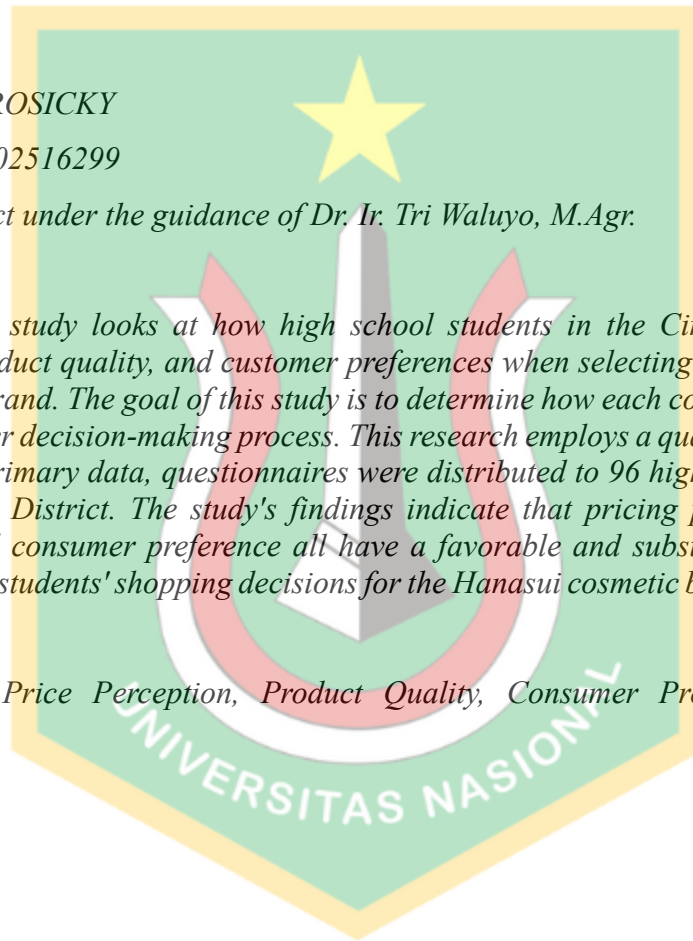
KARISMA ROSICKY

NPM. 213402516299

Final Project under the guidance of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

This study looks at how high school students in the Ciracas District view pricing, product quality, and customer preferences when selecting to buy the Hanasui cosmetics brand. The goal of this study is to determine how each component influences the consumer decision-making process. This research employs a quantitative approach. To gather primary data, questionnaires were distributed to 96 high school students in the Ciracas District. The study's findings indicate that pricing perception, product quality, and consumer preference all have a favorable and substantial influence on high school students' shopping decisions for the Hanasui cosmetic brand in the Ciracas district.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Consumer Preference, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan petunjuk dan pertolongan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Brand* Kosmetik Hanasui Pada Pelajar SMA Di Wilayah Kecamatan Ciracas”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, terutama kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dorongan moril, finansial, dan doa selama proses pendidikan. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menghadapi berbagai tantangan, dan berkat dukungan dari berbagai pihak, tugas ini akhirnya dapat diselesaikan. Terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr. selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan tugas akhir serta memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Atsari Sujud, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan dan memberikan ilmu pengetahuan bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Teruntuk Ayah, Mama, Mas Adhan, dan Adik-adik saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, kekuatan, serta selalu hadir dalam setiap kondisi selama saya menempuh pendidikan di Universitas Nasional, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
10. Untuk partner saya yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan. Serta untuk teman-teman seperjuangan yang selalu ada untuk memberikan motivasi, semangat, dan sarannya untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada semua responden yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir penulis, serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan, baik dari isi maupun susunan dalam penelitian. Daripada itu, saran dan kritik sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 14 Februari 2025

Karisma Rosicky

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUPi

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABELvi

DAFTAR GAMBARvii

DAFTAR LAMPIRANviii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 6

A. Manajemen Pemasaran 6

1. Definisi Manajemen Pemasaran..... 6

2. Tujuan dan Fungsi Manajemen Pemasaran..... 6

B. Keputusan Pembelian..... 7

1. Definisi Keputusan Pembelian..... 7

2. Indikator Keputusan Pembelian 8

C. Persepsi Harga..... 9

1. Definisi Persepsi Harga..... 9

2. Indikator Persepsi Harga..... 9

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga 10

D. Kualitas Produk..... 10

1. Definisi Kualitas Produk..... 10

2. Unsur-Unsur Kualitas Produk..... 11

3. Indikator Kualitas Produk 12

E. Preferensi Konsumen 13

1. Definisi Preferensi Konsumen	13
2. Indikator Preferensi Konsumen	14
F. Keterkaitan Antar Variabel.....	15
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
3. Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	16
G. Hasil Penelitian Terdahulu Sebagai Rujukan	17
H. Kerangka Analisis	21
I. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian dan Variabel Penelitian.....	23
B. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	24
C. Data Penelitian	25
D. Definisi Operasional Variabel	29
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Liptint Tahun 2024	2
Tabel 1.2 Hasil Pra-Penelitian Keputusan Pembelian Pelajar SMA di Wilayah kecamatan Ciracas Tahun 2024.....	3
Tabel 2.1 Bahan Rujukan yang Sesuai dengan Penelitian	17
Tabel 3.1 Skala Likert	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Rentan Usia Responden	37
Tabel 4.2 Kriteria Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3 Kriteria Asal Daerah.....	38
Tabel 4.4 Deskriptif Pernyataan Persepsi Harga.....	39
Tabel 4.5 Deskriptif Pernyataan Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.6 Deskriptif Pernyataan Preferensi Konsumen	41
Tabel 4.7 Deskriptif Pernyataan Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Konsumen	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
Tabel 4.20 Hasil Uji t	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	21
Gambar 4.1 Diagram Persentase Usia.....	37
Gambar 4.2 Diagram Persentase Jenis Kelamin	38
Gambar 4.3 Diagram Persentase Asal Daerah	38

