

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

AURELLIA SAFINA

203402416245



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh:

AURELLIA SAFINA

203402416245



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebesar-besarnya, segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua informasi dan data yang digunakan oleh penulis disajikan secara jelas dan dapat diperiksa keakuratannya. Apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dan penyimpangan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 12 Februari 2024



AURELLIA SAFINA
NPM. 203402416245

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **AURELLIA SAFINA**

Nomor Pokok : **203402416245**

Program Studi : **MANAJEMEN**

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**



(Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

Jakarta : 1 Maret 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **AURELLIA SAFINA**
Nomor Pokok : **203402416245**
Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Dita Nurul Aini Mustika Dewi, SE., M.E.)

Ketua Penguji,



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Anggota Penguji,



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta : 26 Februari 2024

Tanggal Lulus : 26 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI JAKARTA SELATAN

Oleh :

Aurellia Safina

NPM: 203402416245

Tugas Akhir ini di bawah bimbingan Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E.,M.E

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan promosi media sosial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Luxcrime di Jakarta Selatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif dan inferensial. Data primer dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner yang disebar kepada pengguna kosmetik Luxcrime di Jakarta Selatan sebanyak 100 responden dengan metode *non probability sampling* yang kemudian data tersebut diolah menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.0.

Dalam penelitian hasilnya adalah kualitas produk memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian secara positif dan signifikan, persepsi harga memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian secara positif dan signifikan, dan promosi media sosial memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Media Sosial, Keputusan Pembelian, Kosmetik

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SOCIAL MEDIA PROMOTION ON PURCHASE DECISION FOR LUXCRIME COSMETIC PRODUCTS IN SOUTH JAKARTA

By :

Aurellia Safina

NPM: 203402416245

*This final project is under the guidance of Dita Nurul Aini Mustika Dewi
This research analyzed the influence of product quality variables, price perceptions, and social media promotions on purchasing decisions for Luxcrime cosmetic products in South Jakarta.*

This research uses a quantitative approach with descriptive and inferential analysis methods. Primary data was collected by researchers through a questionnaire distributed to 100 Luxcrime cosmetics users in South Jakarta using a non-probability sampling method, and the data was processed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software version 26.0.

The findings from this research state that product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, the price perception variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, and the social media promotion variable has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Social Media Promotion, Purchasing Decisions, Cosmetics*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Aurellia Safina
2. Tempat , Tanggal Lahir : Tangerang, 16 Agustus 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Walet E35 No 2-3, Benda Baru,
Tangerang Selatan, Banten.
5. No. Handphone : 082225847873
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : aurellia.safina168@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 – 2013 : SD MATER DEI
2. 2013 – 2016 : SMP MATER DEI
3. 2016 – 2019 : SMA TARAKANITA 1 JAKARTA
4. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 12 Februari 2024

Aurellia Safina
NPM. 203402416245

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah membantu melancarkan penulisan proposal tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime di Jakarta Selatan”. Tugas akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam penulisan proposal tugas akhir ini, terdapat banyak pihak yang telah membantu penulis sampai akhirnya dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan ingin memberikan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan 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. Ibu Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan dengan memberikan arahan dan masukan yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Dosen-dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu dan memberikan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Seluruh staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis sebagai mahasiswa yang telah membantu dan melayani dengan baik.

8. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah merawat, membimbing, memberikan doa, dukungan, dan fasilitas yang telah diberikan selama ini sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Sahabat-sahabat penulis sejak SMA yaitu Adinda Wimoko, Grace Mutiara, dan Ardela Prabowo yang telah memberikan dukungan, semangat, dan menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
10. Seluruh teman penulis Rika, Devi, dan Naufal, serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah berbagi ilmunya selama perkuliahan dan telah berjuang bersama dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Responden yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis dengan mengisi *google form* kuesioner yang diberikan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan. Sebab itu, penulis memohon maaf dan berharap menerima masukan dari berbagai pihak agar penulis dapat memperbaiki kekurangan di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif untuk perkembangan akademis dan praktisi di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 12 Februari 2024

Aurellia Safina

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Definisi Teori.....	9
1. Pemasaran	9
2. Manajemen Pemasaran	9
3. Kualitas Produk.....	11
4. Persepsi Harga	13
5. Promosi Media Sosial.....	16
6. Keputusan Pembelian	20
B. Keterkaitan Antar Variabel.....	23
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	23
2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	24
3. Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian.....	24
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	25
D. Kerangka Analisis	29
E. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek Penelitian	32

B. Data Penelitian.....	32
1. Sumber Data dan Jenis Data	32
2. Populasi dan Sampel	33
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	34
C. Jenis Variabel yang Digunakan	35
D. Definisi Operasional.....	35
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	37
1. Metode Analisis	37
2. Pengujian Instrumen Penelitian	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	38
4. Uji Kelayakan Model.....	40
5. Analisis Regresi Linear Berganda	41
6. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian.....	43
B. Pembahasan Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	35
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	45
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden	46
Tabel 4. 3 Penghasilan Responden.....	47
Tabel 4. 4 Pengeluaran Responden	48
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (KP).....	49
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (PH).....	50
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Promosi Media Sosial (PMS).....	51
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Kep. P)	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Produk Kosmetik Luxcrime	4
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	30
Gambar 4.1 Usia Responden.....	45
Gambar 4.2 Pekerjaan Responden	46
Gambar 4.3 Penghasilan Responden.....	47
Gambar 4.4 Pengeluaran Responden	48

