

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KAHF  
DI PASAR MINGGU, JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Yosafat Reinpaldi**

**223402516145**



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

**2026**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KAHF  
DI PASAR MINGGU**

**TUGAS AKHIR**

**Yosafat Reinpaldi**

**223402516145**

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



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

**JAKARTA**

**2026**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

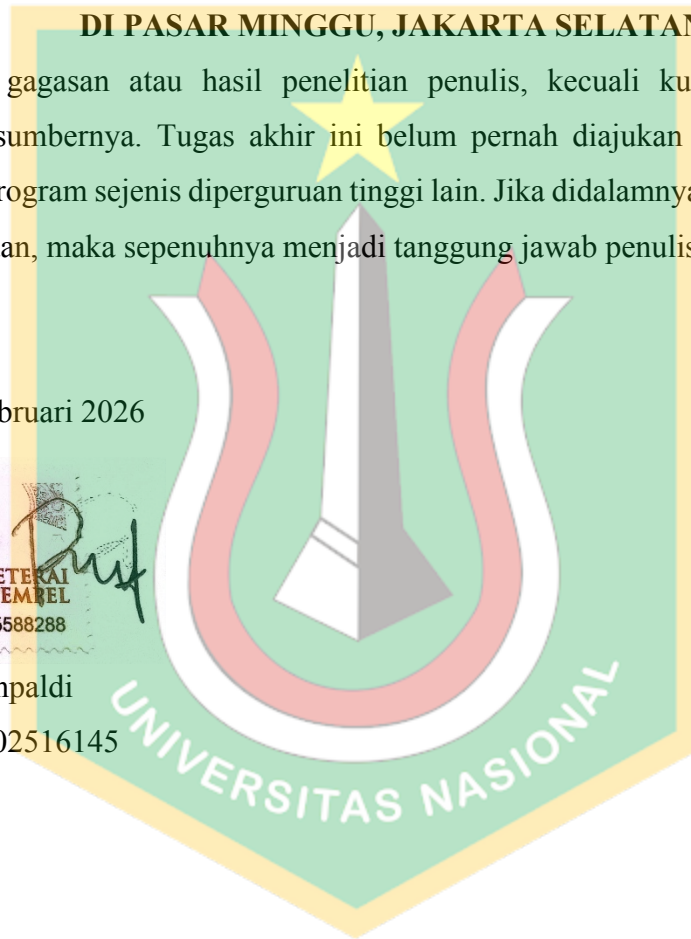
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KAHF  
DI PASAR MINGGU, JAKARTA SELATAN**

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

Jakarta, 2 februari 2026



Yosafat Reinpaldi  
NPM: 223402516145



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**JUDUL** : **PENGARUH KUALITAS PRODUK PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KAHF DI PASAR MINGGU**

**Nama Mahasiswa** : **Yosafat Reinpaldi**

**Nomor Pokok** : **223402516145**

**Prodi Studi** : **Manajemen**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL** : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SKINCARE KAHF DI PASAR  
MINGGU, JAKARTA SELATAN**

**Nama Mahasiswa** : **Yosafat Reinpaldi**

**Nomor Pokok** : **223402516145**

**Prodi Studi** : **Manajemen**

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

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir**



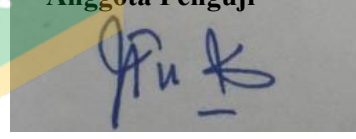
**(Dr. Ian Zulfikar, M.Si)**

**Ketua Penguji**



**(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)**

**Anggota Penguji**



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

**Mengetahui,**

**Dekan**



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

**ABSTRAK****PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KAHF  
DI PASAR MINGGU**

Oleh:

Yosafat Reinpaldi

NPM:223402516145

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ian Zulfikar M.SI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk skincare Kahf di Pasar Minggu. Latar belakang ini didasarkan pada meningkatkan persaingan industry skincare pria serta adanya penurunan penjualan produk kahf dalam beberapa tahun terakhir, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk skincare kahf di wilayah Pasar Minggu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert dan analisis menggunakan analisis regresi liner berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 27.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi, Keputusan Pembelian

**ABSTRACT*****THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS FOR KAHF SKINCARE PRODUCTS AT PASAR MINGGU***

*By:*

*Yosafat Reinpaldi*

*NPM:223402516145*

*Thesis, under the guidance Dr. Ian Zulfikar M.SI.*

*This study aims to analyze the influence of product quality, price perception, and promotion on purchasing decisions for Kahf skincare products in the Pasar Minggu area, South Jakarta. The background to this study is based on the increasing competition in the men's skincare industry and the decline in sales of Kahf products in recent years, necessitating a deeper understanding of the factors influencing consumer purchasing decisions.*

*This study used a quantitative approach with a survey method. The population in this study were consumers who had purchased and used Kahf skincare products in the Pasar Minggu area. The sampling technique used was purposive sampling, with 100 respondents. Data were collected through a questionnaire structured using a Likert scale, then analyzed using multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS Statistics version 26 software.*

*The results showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. Price perception also had a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, promotion was shown to have a positive and significant effect on purchasing decisions for Kahf skincare products. Thus, it can be concluded that product quality, price perception, and promotion are important factors influencing consumer purchasing decisions.*

***Keywords:*** *Prod Ctquality, Perceived Price, Promotion, Purchasing Pecisions.*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE KHAF DI PASAR MINGGU”**. dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional. Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Ian Zulfikar M.SI. Selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang dengan sabar memberikan pengarahan, pengetahuannya dengan tulus, dan telah memberikan bimbingan serta motivasi kepada penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya penulisan penelitian ini
5. Ibu Dr. Subur karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Ibu Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
9. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesehatan, serta kesempatan yang senantiasa dilimpahkan kepada saya dalam setiap langkah dan usaha yang telah dijalankan sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
10. Teristimewa Orang tua saya tercinta yang telah memberikan saya kasih, sayang, nasehat, tanggung jawab, kesabar, kerja keras, motivasi, keiklasan dan dukungan serta doa yang tiada henti kepada penulis selama melalui proses perkuliahan, penulis skripsi ini sampai saat ini.
11. Kepada Kakak dan Abang yang terkasih yang telah memberikan semangat, motivasi, serta menjadi salah satu donatur penulis dalam menjalani perkuliahan, proses penulisan skripsi hingga saat ini dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan mudah tanpa mengalami kendala.
12. Kepada teman seperjuangan saya darius, bule, marlep, aan, labib dika terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan perjuangan yang telah kita lewati Bersama dari awal perkuliahan hingga saat ini. Empat tahun bukan waktu yang singkat, banyak cerita dan kenangan yang akan selalu diingat.
13. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada diri sendiri, Yosafat Reinpaldi terimakasih atas segala usaha, kesabaran, dan keteguhan hati dalam menjalani proses panjang penyusunan skripsi ini.

Terima kasih sudah berjuang meskipun sering merasa lelah, ragu, bahkan hampir menyerah. Terima kasih sudah memilih untuk tetap bangkit setiap kali jatuh, tetap berusaha ketika terasa sulit, dan terus melangkah walaupun penuh keraguan. Semua perjalanan, tangisan, tawa, serta pengorbanan yang dilalui adalah bukti bahwa

dirimu mampu bertahan hingga titik ini. Semoga perjuangan ini menjadi pengingat bahwa kamu kuat, mampu, dan layak untuk meraih apa yang dicita-citakan.

Meskipun penulis mengakui bahwa persiapan tugas akhir ini masih menjauhi kata sempurna, namun penulis bersyukur jika pembaca yang menemukan kesalahan dalam bacaannya dan memberikan kritik dan saran yang berguna untuk memperluas batas penulisan sebagai proses belajar mandiri



Jakarta, 2 Februari 2026

A handwritten signature in black ink on a grey rectangular background. The signature is stylized and appears to read 'Yosafat Reinpaldi'.

Yosafat Reinpaldi

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	7
B. Keputusan Pembelian.....	11
C. Kualitas Produk.....	14
D. Persepsi Harga.....	16
E. Promosi.....	17
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	19
G. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	22
H. Kerangka Analisis.....	26
I. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Objek Penelitian.....	28

B. Data penelitian.....	28
1. Sumber Data & Jenis Data.....	28
2. Populasi dan Sampel.....	29
C. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	30
D. Definisi Operasional Variabel.....	31
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Penelitian.....	36
2. Karakteristik Responden.....	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	39
B. Pembahasan.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Lebih Relevan.....	23
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4. 3 Average Total Mean Kualitas Produk.....	39
Tabel 4. 4 Average Total Mean Presepsi Harga.....	40
Tabel 4. 5 Average Total Mean Promosi.....	41
Tabel 4. 6 Average Total Mean Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4. 12 Hasil uji autokorelasi.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	52

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....	26
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38



**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1. 1 Top Brand Facial Wash Pria Terlaris di E-Commerce (1-15 September 2022).....	2
Grafik 1. 2 Penjualan Produk Kahf di Indonesia Tahun 2021-2023.....	3



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	62
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	67
Lampiran 3 OUTPUT SPSS.....	81

