

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MS GLOW**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan (DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan*

Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya



Oleh:

YOLLA YULIA PUTRI

NIM. 19134091

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN DIII

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

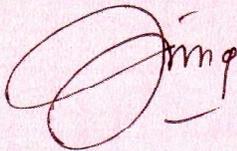
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRCDUK MS GLOW**

Nama : Yolla Yulia Putri
Nim : 19134091
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 12 Juli 2022

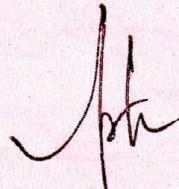
Diketahui oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph. D

NIP: 197512091999032001

Disetujui oleh
Pembimbing



Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons, MM

NIDN: 0026128903

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

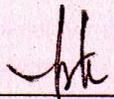
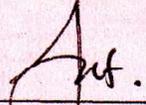
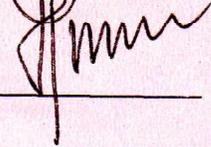
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

Nama : Yoilla Yulia Putri
Nim : 19134091
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Astra Prima Budiarti, SE, BBA Hons, MM	(Ketua) 
2. Yunita Engriani, SE, MM	(Anggota) 
3. Firman, SE, M.SC	(Anggota) 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yolla Yulia Putri
Thn. Masuk/NIM : 2019/19134091
Tempat/Tgl. Lahir : Padang /13 Juli 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Pemancangan, Kec Padang Selatan, Kel Pasa Padang
Judul Tugas Akhir : Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 12 Juli 2022

Yang menyatakan,



Yolla Yulia Putri
NIM. 19134091

ABSTRAK

Yolla Yulia Putri (2019/19134091) : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian produk MS GLOW
Pembimbing : AstraPrimaBudiarti,S.E,B.B.A.Hons,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et.al dan sampel yang diambil peneliti 100 responden yaitu Konsumen MS GLOW di wilayah pemancungan. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisa Regresi Linear Sederhana dengan bantuan perangkat SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator paling dominan pada variabel kualitas produk adalah *Preceived Quality* (kualitas yang dirasakan) dengan indikator produk MS Glow aman dan sudah BPOM dengan nilai TCR yaitu 97,6%, dan indikator paling dominan variabel keputusan pembelian konsumen adalah keputusan pembelian dengan indikator produk MS Glow sudah ada dimana-mana dengan nilai TCR yaitu 95,6%. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan hasil dari analisis regresi linier sederhana yaitu $Y=5,844 + 1,537X$. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa Kualitas Produk sebesar 52,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa adanya hubungan antara Kualitas Produk yang signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW .

Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi Diploma III dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis dibimbing dan dibantu oleh berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
2. Orang tua tercinta, yakni Ayahanda Liatat dan Ibunda Maisuarniati yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, mendoakan, memberikan semangat motivasi, dan dukungan untuk penulis sehingga penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
3. Bapak Prof. Ganefri, Ph.D selaku Rektor Universitas Negeri Padang
4. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Padang.

5. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Ibu Astra Prima Budiarti, S.E, B.B.A. Hons, M.M selaku pembimbing tugas akhir dan pembimbing akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, dan transfer ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ibu Yunita Engriani, SE, MM dan bapak Friman, SE, M.Sc selaku dosen penguji pada sidang tugas akhir.
8. Staf dosen serta karyawan/ti Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Kepada rekan-rekan seangkatan lainnya terutama angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga bantuan, bimbingan, dan petunjuk yang bapak/ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Padang, Juni 2022

Yolla Yulia Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Keputusan pembelian.....	9
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	10
3. Proses dan indikator keputusan pembelian.....	11
B. Kualitas Produk.....	14
1. Pengertian kualitas produk.....	14
2. Dimensi dan indikator kualitas produk.....	15
C. Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	17
D. Kerangka Konseptual.....	18
E. Hipotesis.....	18
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	19
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
C. Rancangan Penelitian.....	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Tahapan Penelitian.....	20

3. Objek Penelitian	22
4. Sumber Data	22
5. Populasi dan Sampel.....	23
6. Instrumen Penelitian	24
7. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
B. Hasil Penelitian	34
a. Karakteristik Responden.....	34
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
b. Deskripsi Variabel Penelitian.....	37
1. Keputusan Pembelian.....	38
2. Kualitas Produk	40
c. Uji Asumsi Klasik	42
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Linearitas.....	43
d. Uji Hipotesis.....	44
1. Uji T.....	44
2. Uji Koefesien Determinasi	46
e. Regresi Linear Sederhana	46
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi-kisi Instrument Penelitian	24
Tabel 2. Skala Likert.....	25
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y	28
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	29
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk	40
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 13. Hasil Uji Linearitas	44
Tabel 14. Hasil Uji T	45
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linear	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brand Skincare Terlaris di E-commerce.....	4
Gambar 2. Proses Keputusan Pembelian	12
Gambar 3. Kerangka Konseptual.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penelitian
2. Kuesioner Penelitian
3. Rekapitulasi Jawaban Responden
4. Hasil Olah Data SPSS Versi 24

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini produk kecantikan semakin pesat berkembang, di mana perusahaan dituntut untuk menerapkan standar kualitas produk yang dihasilkannya. Hal ini terjadi karena kualitas produk dapat menentukan berhasilnya dan tidaknya produk yang diciptakan oleh perusahaan untuk menembus pangsa pasar. Di mana Persoalan yang muncul adalah produk yang diciptakan sama dengan perusahaan lain. Dengan menghadapi persoalan yang terjadi perusahaan perlu berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensi produk dengan cara terus mengembangkan kreativitas dan inovasi baru. Perusahaan satu dengan perusahaan lainnya saling berkompetisi untuk mempertahankan kualitas produk supaya perusahaan memiliki kualitas produk yang paling unggul dan baik.

Produk kecantikan merupakan produk yang paling unik karena dapat meningkatkan kepercayaan diri bagi pemakainya terutama bagi wanita bahkan produk kecantikan ini di kalangan masyarakat seringkali disebut sebagai memperjelas identitas status sosial. Seiring perkembangan zaman produk kecantikan ini menjadi kebutuhan primer atau yang paling utama bagi kaum wanita.

Banyak kaum wanita merasa tidak nyaman dengan kecantikan yang dimilikinya mereka berusaha mencari solusi untuk menyelesaikan masalah yang mereka hadapi dengan cara merawat diri menggunakan

produk yang berkualitas bahkan sudah dijamin BPOM. Di pasaran saat ini terdapat beberapa merek produk yang sedang trend pada kalangan wanita saat ini adalah MS Glow, Make Over, Purbasari, Mustika Ratu, Pixy, Emina, Wardah, Maybelline, You dan masih banyak merek baru lainnya. Dengan kata lain dunia kecantikan sekarang ini berkembang dengan pesat apalagi didukung dengan produk-produk baru yang bermunculan. Sehingga dengan pesatnya industri kecantikan sekarang ini para konsumen lebih selektif lagi untuk membeli produk yang tentunya memiliki nilai dan manfaat.

Berdasarkan data secara global dirilis oleh global data (2018), Asia Pasifik menempati posisi nomor satu sebagai wilayah dengan industri kosmetik tertinggi dengan persentase sebesar 36.7 % dunia. Spesifiknya, hasil industri kosmetik di Asia Pasifik terbanyak datang dari produk kecantikan mengalami kenaikan sebanyak 5.6%. Pada ranah nasional, kementerian perindustrian di awal tahun 2018 merilis sebuah artikel yang mengenai pertumbuhan industri kosmetik nasional yang tercatat naik sebanyak 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional di tahun 2017. Pertumbuhan industri kecantikan yang meningkat tentu berbanding lurus dengan permintaan pasar yang besar terhadap produk-produk kecantikan di Indonesia.

Salah satu produk kecantikan yang berkembang pesat saat ini adalah MS glow. MS Glow produk yang dikeluarkan PT. Kosmetika Global Indonesia yang berdiri pada tahun 2013. Perusahaan ini didirikan

oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala. Awal berdirinya produk MS glow karena hobi kedua foundernya yang selalu ingin terlihat cantik dan sehat, sehingga brand kecantikan ini menawarkan produk kosmetik dan perawatan tubuh. Sekarang Produk MS glow berkembang menjadi produk Skincare, Body Care, dan Personal Care.

Produk Ms Glow tidak sekedar menjadi kulit putih saja tapi dapat juga menjadi glowing, jika melakukan pemakaian produk secara rutin. Sebagai produk kecantikan, keamanan produk merupakan jaminan produk tersebut. MS Glow sudah mengantongi sertifikat BPOM, halal dan teruji secara klinis. Produk MS Glow yang berlabel halal ini membuktikan bahwa produk Ms Glow ini tidak terbuat dari kandungan hewani seperti babi dan bahan non halal lainnya pada proses produksi, sehingga untuk para konsumen muslimah tidak perlu khawatir kehalalannya. Produksi produk MS Glow diawasi secara kontinu yang berpatokan pada standar kualitas yang telah ditetapkan. MS Glow memiliki beberapa cabang klinik di kota besar Indonesia dengan tujuan memfasilitasi masyarakat yang ingin melakukan perawatan menggunakan produk MS Glow dengan kandungan alami. MS Glow juga memiliki member resmi di seluruh Indonesia yang sudah terdaftar.

Dan terbukti pesatnya berkembang produk MS Glow berhasil meraih Indonesia Best Brand Award (IBBA) tahun 2020 karena pencapaiannya dapat bersaing dengan produk produk lainya padahal MS Glow belum terlalu lama memasuki industri produk kecantikan tetapi saat

ini produknya sangat berkembang pesat dan banyak dikenal dikalangan masyarakat.

Berdasarkan sumber menurut Alfons (CEO Erha Clinic Indonesia), perkembangan industri perawatan kecantikan di Negara Indonesia mencapai angka 15%, lebih tinggi dibandingkan Negara seperti Malaysia dan Singapura yang tumbuh 10%. Realita yang diminati pada saat ini salah satunya adalah produk MS Glow



Gambar 1. Brand Skincare terlaris di E-commerce
Sumber : compass.co.id

Dari gambar di atas dapat dilihat produk MS Glow banyak diminati oleh konsumen dan banyak dipasaran dengan total penjualan 38.5 Miliar. Hal ini menunjukkan MS Glow mampu bersaing dengan produk-produk lainnya dan mampu mempertahankan kualitas produknya dengan memiliki ciri khas tersendiri sehingga konsumen semakin tertarik menggunakan produk MS Glow ini.

Konsumen akan memilih produk yang berkualitas sesuai dengan pengalaman menggunakan produk maupun informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Menurut Riyono (2016) mengatakan “konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa kualitas

produk yang mereka gunakan berkualitas.” Maka disimpulkan Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan konsumen dapat rasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Perusahaan yang menjadikan kualitas produk sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap pesaing-pesaingnya dalam menguasai pangsa pasar, karena tidak semua perusahaan akan bisa mencapai eminensi. Salah satu yang dilakukan oleh perusahaan MS Glow dalam mempertahankan konsumen adalah dengan cara meningkatkan kualitas produknya dengan menggunakan kandungan yang berisi bahan-bahan alami, sehingga konsumen akan tetap melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Namun tidak semua kondisi wajah yang cocok dengan pemakaian produk MS Glow ini sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Dikutip dari Kabartegal.com, 24 desember 2021 bahwa Produk MS Glow mengalami penurunan penjualan karena diakibatkan *review* yang diunggah di tiktok yang membahas tentang kondisi wajahnya sebelum menggunakan produk Ms Glow masih tampak terlihat mulus namun setelah delapan bulan berjalan menggunakan produk kecantikan tersebut mulai bermunculan jerawat dan menjadi iritasi. Akhirnya ia pun berhenti menggunakan produk tersebut. Penurunan tingkat penjualan MS Glow jelas akan mempengaruhi nilai keuntungan yang ada diperusahaan.

Dimana informasi yang saya dapatkan dari member MS Glow yang ada di pemancungan bahwasanya banyak keluhan yang disampaikan konsumen karena setelah menggunakan produk MS Glow tidak cocok dengan tipe kulit wajah konsumen dan hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian produk MS Glow di pemancungan. Karena diakibatkan banyak keluhan dari konsumen, penjualan produk MS Glow mengalami penurunan. Agar konsumen tetap tertarik untuk membeli produk dalam jangka panjang, produk harus memiliki kualitas produk yang baik dan unggul dan juga memberikan pemahaman kepada konsumen penggunaan produk MS Glow. Sehingga tidak ada keluhan atau menuntut ketidakcocokan kualitas produk. Sehingga kualitas produk sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, maka tentunya konsumen akan loyal terhadap produk yang dihasilkannya.

Dari observasi yang peneliti lakukan tempat dalam penelitian ini adalah di pemancungan, pemancungan ini merupakan desa pasa gadang kecamatan padang selatan kota padang yang dimana banyak masyarakatnya mempercayai produk MS Glow sebagai perawatan kecantikan dengan begitu rasanya perlu adanya penelitian sehingga peneliti disini akan mengkaji tentang kualitas produk terhadap keputusan pembeli dengan mengambil judul yaitu : **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan untuk guna mempraktikkan teori yang didapatkan bangku kuliah yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow, dan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi manajemen MS Glow dalam membuat kebijakan dan mengambil keputusan strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang berimbas pada meningkatnya penggunaan produk dalam jangka panjang.

3. Bagi Kampus

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan masukan referensi bagi mahasiswa ingin mengkaji lebih mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

4. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau pengetahuan bagi masyarakat umum jika ingin membeli suatu produk harus mempertimbangkan kualitas produk sebelum melakukan keputusan pembelian.