

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PRODUK SKINTIFIC**

Oleh:

Nama : Septian Tricahyo

NIM : 25199086

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2025

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PRODUK SKINTIFIC**

Diajukan Oleh:

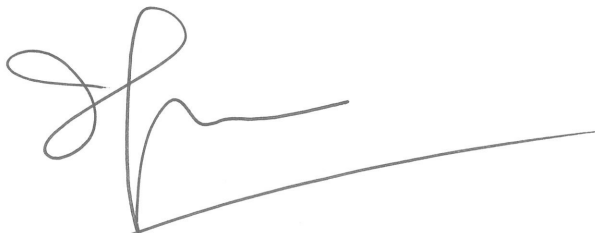
Nama : Septian Tricahyo

NIM : 25199086

Jakarta, 24 Maret 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2025

ABSTRAK

Septian Tricahyo / 25199086 / 2025 / Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skintific / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, SE., M.M.

Kosmetik telah menjadi kebutuhan pokok bagi wanita untuk tampil menawan, dari pagi hingga malam hari. Salah satu produk kosmetik adalah perawatan wajah atau *skin care*. Seiring perkembangan waktu, *skin care* juga digunakan oleh pria, sehingga menjadikan industri yang berkembang pesat. Persaingan produk *skin care* semakin memanas ketika banyak produk baru yang hadir di pasar. Produk-produk baru menawarkan konsep yang lebih fresh dibanding pendahulu untuk merebut hati pelanggan, salah satunya Skintific. Sebagai pendatang baru, produk Skintific memiliki peminat yang sangat banyak dan sering trending, namun tak jarang juga yang memberikan komplain terhadap kinerja produk ataupun harga Skintific yang relatif lebih tinggi dibanding pesaing. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Skintific.

Di penelitian ini, peneliti menggunakan 2 jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi harga. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner. Setelah data terkumpul, teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisa deskriptif dan pengujian hipotesis sebanyak 100 responden pelanggan produk Skintific dengan pengolahan data menggunakan *software* IBM SPSS 25. Teknik yang digunakan di *software* tersebut diantaranya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji koefisien determinasi, uji signifikansi anova (uji statistik F), serta uji signifikansi parameter individual (uji statistik t).

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk Skintific.

Kata kunci: kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Septian Tricahyo / 25199086 / 2025 / The Influence of Product Quality and Price Perception on Skintific Product Customer Satisfaction / Advisor: Rita Eka Setianingsih, SE, M.M.

Cosmetics has become a basic essential for women to look beautiful, from day to night. One of the cosmetic products is facial care or skin care. Over the years, skin care has also been used by men, making it a fast-growing industry. Competition for skin care products is heating up when many new products come to the market. New products offer a fresher concept than their competitors to win the interest of customers, one of the newest products is Skintific. As a newcomer, Skintific products have a lot of enthusiasts and are regularly trending, but it is still quite common for people to complain about product performance or Skintific's price, which is relatively high compared to competitors. Therefore, researcher is interested in researching the influence of product quality and price perceptions on customer satisfaction for Skintific products.

In this study, researcher used 2 types of variables, the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are product quality and price perception. Then, the dependent variable in this study is customer satisfaction.

The method used by the researcher is a quantitative method by distributing questionnaires. After the data was collected, the data analysis technique used by the researcher was descriptive analysis and hypothesis testing of 100 respondents of Skintific product customers with data processing using IBM SPSS 25 software. The techniques used in the software include validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, determination coefficient test, anova significance test (F statistical test), and individual parameter significance test (t statistical test).

The research results show that there are positive and significant influence of product quality and price perception on customer satisfaction.

The conclusion of this study is that product quality and price perception have a positive and significant influence on customer satisfaction for Skintific products.

Keywords: product quality, price perception, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan semesta alam atas segala berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Skintific” sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada proses penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan doa, dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M selaku dosen pembimbing penulis, dimana pada proses penulisan skripsi telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, motivasi, saran dan kritik yang membangun kepada penulis, serta membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Vonny Delfianasari Z selaku istri penulis yang selalu mendukung melalui doa, semangat dan motivasi kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Kedua orang tua serta kedua kakak penulis yang juga selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang pernah mengajar dan memberikan ilmu berharga kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
5. Seluruh petugas dan staf yang bertugas di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang membantu penulis dari awal proses hingga pengumpulan skripsi ini.
6. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi dan bantuan selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, namun penulis berharap skripsi ini dapat membantu dan menambah wawasan bagi para pihak yang bersangkutan khususnya untuk perkembangan akademik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Jakarta, Februari 2025

Septian Tricahyo

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Kepuasan Pelanggan.....	9
2. Produk.....	14
3. Kualitas Produk	16
4. Persepsi Harga	18
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pemikiran	21
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
D. Hipotesis peneltian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Objek Penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Variabel penelitian.....	25
1. Variabel Bebas (Independent)	25

2.	Variabel Terikat (Dependent).....	27
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
F.	Teknik Analisis Data.....	29
1.	Uji Instrumen.....	30
2.	Statistik Deskriptif.....	31
3.	Uji Asumsi Klasik.....	32
4.	Uji Regresi Linier Berganda.....	33
5.	Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL ANALISIS & PEMBAHASAN.....		36
A.	Hasil Penelitian.....	36
1.	Analisis Uji Validitas.....	36
2.	Analisis Uji Reliabilitas.....	38
B.	Analisis Deskriptif.....	39
1.	Profil Responden.....	39
2.	Analisis Variabel Kualitas Produk (X1).....	41
3.	Analisis Variabel Persepsi Harga (X2).....	43
4.	Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	44
C.	Analisis Hasil Pengujian.....	46
1.	Uji Asumsi Klasik.....	46
2.	Uji Hipotesis.....	49
D.	Pembahasan.....	53
1.	Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	53
2.	Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	54
BAB V SIMPULAN & SARAN.....		56
A.	Simpulan.....	56
B.	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		58
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Moisturizer Skintific dengan Ms. Glow	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Kualitas Produk (X1)	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Persepsi Harga (X2)	27
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan (Y).....	27
Tabel 3. 4 Skala Likert	29
Tabel 4. 1 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	36
Tabel 4. 2 Uji Validitas Persepsi Harga (X2).....	37
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 5 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 6 Persentase Responden berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 7 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 8 Persentase Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	41
Tabel 4. 9 Analisis Variabel Kualitas Produk (X1).....	41
Tabel 4. 10 Analisis Variabel Persepsi Harga (X2).....	43
Tabel 4. 11 Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Koefisien Varians	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Anova.....	51
Tabel 4. 18 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Penjualan produk kosmetik di marketplace di Indonesia	2
Gambar 1. 2	Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Kuartal II 2022	4
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 3. 1	Rentang Skala Likert	32
Gambar 4. 1	Rentang Skala Kualitas Produk	42
Gambar 4. 2	Rentang Skala Persepsi Harga	44
Gambar 4. 3	Rentang Skala Kepuasan Pelanggan.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	63
LAMPIRAN 2	67
LAMPIRAN 3	70
LAMPIRAN 4	73
LAMPIRAN 5	74
LAMPIRAN 6	77
LAMPIRAN 7	80
LAMPIRAN 8	83
LAMPIRAN 9	85
LAMPIRAN 10	97
LAMPIRAN 11	99
LAMPIRAN 12	100
LAMPIRAN 13	103