

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT
WHITENING**

**(STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN ANGKATAN 2019
UNMER MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

Kristi Dwi Sagita

19022000169

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

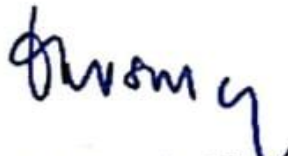
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kristi Dwi Sagita
Nomor Pokok : 19022000169
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2019 UNMER Malang.

Malang, 4 September 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. M. Nur Singgih, SE., MM)

Dosen Pembimbing

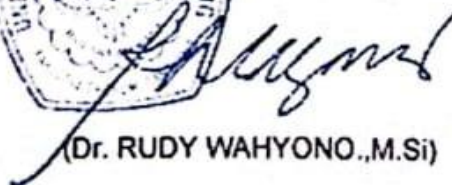


(Maulid Agung Triono, SE., MM)

Dekan



Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. RUDY WAHYONO.,M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHWITENING

(Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2019 Unmer Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Kristi Dwi Sagita

19022000169

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 4 September 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



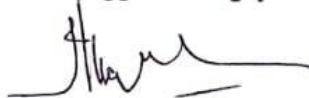
(Maulid Agung Triono, SE., MM)

Sekretaris Penguji



(Krisnawuri Handayani., SE., MM)

Anggota Penguji



(Dra. Kurnia Isnwardiati, MM.)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

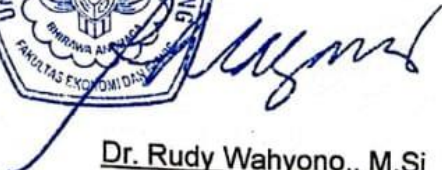
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 4 September 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang




Dr. Rudy Wahyono., M.Si

SURAT PENELITIAN



UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

Kantor Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 ☎ 0341.568395 📠 0341.564994, MALANG 65146

Homepage : <http://www.unmer.ac.id> e-mail : official@unmer.ac.id

STATUS : SEMUA PROGRAM STUDI TERAKREDITASI

FAKULTAS HUKUM

Prodi: S1 Hukum

FAKULTAS TEKNIKProdi: S1 Teknik Sipil
S1 Teknik Mesin
S1 Teknik Analtikal
S1 Teknik Industri
S1 Teknik Elektro**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**Prodi: S1 Ekonomi Pembangunan
S1 Manajemen
S1 Akuntansi
D3 Perbankan dan Keuangan
D3 Akuntansi
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
Prodi: S1 Sistem Informasi
D3 Sistem Informasi**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**Prodi: S1 Administrasi Publik
S1 Administrasi Bisnis
S1 Ilmu Komunikasi
D3 Bahasa Inggris**PROGRAM DIPLOMA KEPARWISATAAN**Prodi: D4 Destinasi Wisata
D3 Pariwisata
D3 Perjalanan Wisata**PROGRAM PASCASARJANA**Prodi: Magister Manajemen
Magister Administrasi Publik
Magister Hukum
Magister Arsitektur
Magister Akuntansi
Doktor Ilmu Ekonomi
Doktor Ilmu Sosial**FAKULTAS PSIKOLOGI**

Prodi: S1 Psikologi

PROGRAM DI LUAR KAMPUS UTAMAProdi: S1 Manajemen
S1 Ilmu Hukum
S1 Ilmu Administrasi Negara
S1 Agroteknologi

Nomor : B- 1557 /UM/XI/2022

Lampiran : -

H a l : Ijin penelitian

28 November 2022

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang
di-
Malang.

Menunjuk Surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang nomor: B-569 / FEB /UM /XI /2022. tanggal, 22 November 2022, tentang Permohonan Ijin Mengadakan Penelitian, An :

N a m a : Kristi Dwi Sagita
No.Induk Mahasiswa : 19022000169
Semester : VII /2022
Program Studi : Manajemen
Lokasi Penelitian : UNMER Malang
Dosen Pembimbing : Maulid Agung Triono, SE.,MM

Dengan ini kami beritahukan bahwa, pada prinsipnya tidak keberatan mahasiswa tersebut di atas melakukan penelitian di lingkungan Universitas Merdeka Malang. dengan Judul : Pengaruh Produk, Harga Dan Promo Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening(Studi Mahasiswa Manajemen 2019)

CATATAN :

Sebelum melaksanakan penelitian agar menghadap ke Ka.Biro Akademik (Dr. Parawiyati, M.Si. CSRS.).

Demikian atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.

An. Rektor
Wakil Rektor I

Dr. Sukardi, M.Si
NIDN : 0714016502

Tembusan :

1. Rektor UNMER Malang
2. Para Wakil Rektor UNMER Malang
3. Ka. LP2M UNMER Malang

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Kristi Dwi Sagita
Nim : 19022000169
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2019 Unmer Malang)
Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asli : Jl. Rogonoto Gg. Merdeka
No. Telp : 085755927161

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar – benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang 4 September 2023

Peneliti

Kristi Dwi Sagita

KATA PENGANTAR

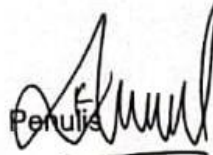
Puji dan syukur panjatkan kepada Allah SWT. Atas ridho-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen 2019 UNMER Malang)” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi Bisnis UNMER Malang. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Drs. M.Nur Singgih, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Maulid Agung Triono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan , waktu serta bimbingan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
4. Kepada segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama penelitian ini.
5. Kepada orang tua penulis yang memberikan dukungan berupa semangat , doa dan uang untuk membayar kuliah sehingga dapat menuntut ilmu hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan penulis yang tidak bisa disebut satu persatu.

Segala kebaikan yang diberikan seluruh pihak, dimana telah penulis sebutkan tadi, maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. Penulis tahu bahwa penyusunan dari Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang terdapat dalam penulisan Skripsi ini, dan dengan kerendahan hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga penulisan skripsi ini bisa berguna bagi banyak pihak pembaca terutama bagi penulis sendiri sehingga kedepannya penulis akan mengevaluasi hal-hal yang kurang tersebut, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca tulisan ini

Malang, 4 September 2023

Penulis



Kristi Dwi Sagita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PENELITIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Kegunaan Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Tinjauan Pustaka.....	5
1. Landasan Teori.....	5
2. Penelitian Terdahulu	15
B. Kerangka Berfikir.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	21
1. Definisi Operasional Variabel	21
2. Lingkup Penelitian.....	23
3. Lokasi Penelitian	23
4. Populasi dan Penarikan Sampel.....	23

5. Jenis dan Sumber Data	25
6. Teknik Pengumpulan Data.....	25
7. Teknik dan Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil Penelitian	35
B. Teknik Analisis Data.....	37
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67
C. Keterbatasan Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2 Skala Likers	27
Tabel 3 Karakteristik Responden Usia.....	37
Tabel 4 Karakteristik Respinden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Produk	38
Tabel 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga.....	42
Tabel 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi	46
Tabel 8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 9 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	58
Tabel 13 Hasil Uji F	60
Tabel 14 Hasil Uji T	61
Tabel 15 Hasil Uji Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berfikir	17
Gambar 2 Logo Scarlett Whitening	36
Gambar 3 Macam Produk Scarlett Whitening	36
Gambar 4 Uji Normalitas Data.....	55
Gambar 5 Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Deskriptif responden	74
LAMPIRAN 2 Uji Validitas.....	81
LAMPIRAN 3 Uji Reabilitas.....	85
LAMPIRAN 4 Uji Asumsi Klasik.....	87
LAMPIRAN 5 Analisis Regresi Berganda.....	88
LAMPIRAN 6 Uji Hipotesis.....	88
LAMPIRAN 7 Koefisien Determinasi	89
LAMPIRAN 8 Berita Acara Bimbingan Skripsi	90
LAMPIRAN 9 Perbaikan / Revisi Skripsi	91
LAMPIRAN 10 Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan	92

ABSTRAK

Sagita, Kristi Dwi. 2023. *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen 2019 UNMER Malang)*. Skripsi. Pembimbing: Maulid Agung Triono, SE., MM

Di Indonesia berbagai merek skincare mulai berkembang pesat untuk menghasilkan berbagai jenis produk skincare sesuai dengan kebutuhan kulit konsumen. Menurut Kompas.co.id (2021), terdapat data penjualan produk skincare pada jangka waktu 1-18 Februari 2021 tercatat 10 Brand Skincare terlaris di online. Brand skincare terlaris kedua dari sepuluh merek adalah Scarlett Whitening. Dalam penelitian ini Scarlett Whitening memiliki berbagai cara yaitu dengan menentukan produk. Produk yang dibuat dapat bersaing dalam persaingan pasar sehingga produk harus di jalankan dalam setiap perusahaan. Kualitas produk merupakan kelebihan produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya, kelebihan itu ialah seperti daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara menyeluruh

Selain produk, harga secara langsung mempengaruhi peningkatan penjualan di dalam perusahaan sehingga produk juga sangat berpengaruh dalam menghadapi pesaing pasar. Harga ialah kuantitas dari nilai - nilai yang ditawarkan kepada konsumen agar memperoleh keuntungan dari mempunyai atau memakai produk maupun jasa Dalam penjualan Scarlett Whitening harga yang ditawarkan sangat terjangkau dibandingkan produk skincare lainnya. Selain produk dan harga, promosi juga berpengaruh pada retensi bisnis. Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan suatu produk dan menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut

Kata Kunci : *Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Scarlett Whitening, Manajemen, Universitas Merdeka Malang*

ABSTRACT

Sagita, Kristi Dwi. 2023. The Influence of Product, Price and Promotion on Purchase Decisions for Scarlett Whitening (Study of 2019 Management Students, UNMER Malang). Thesis. Advisor: Maulid Agung Triono, SE., MM

In Indonesia, various skincare brands are starting to develop rapidly to produce various types of skincare products according to the skin needs of consumers. According to Kompas.co.id (2021), there is data on skincare product sales for the period 1-18 February 2021, which recorded 10 best-selling skincare brands online. The second best-selling skincare brand out of ten brands is Scarlett Whitening. In this study, Scarlett Whitening has various methods, namely by determining the product. Products that are made can compete in market competition so that products must be run in every company. Product quality is the excess of the product to carry out its functions, these advantages are like durability, reliability, and other attributes that are valuable to the product as a whole

In addition to products, prices directly affect the increase in sales within the company so that products are also very influential in facing market competitors. Price is the quantity of values offered to consumers in order to benefit from having or using products or services. In selling Scarlett Whitening, the prices offered are very affordable compared to other skincare products. In addition to products and prices, promotions also affect business retention. Promotion is an activity that communicates the superiority of a product and attracts customers to buy the product

Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision, Scarlett Whitening, Management, Merdeka University Malang