

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DAVIENA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UISU)

Kyla Fadia Haya¹, Nur Augus Fahmi², Julienda Br Harahap³

^{1,2,3}Universitas Islam Sumatera Utara

kylafadiayahaya@gmail.com¹, fahmi@fe.uisu.ac.id², julienda@fe.uisu.ac.id³

Abstract: *This study examines the influence of product quality and price on purchasing decisions for Daviena skincare (Case study on FEB UISU students). Using quantitative methods, this study involved a survey of 91 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) test. This method was chosen to evaluate the complex relationships between variables and test the proposed research model. Product Quality has a significant effect on Purchasing Decisions for Daviena Skincare products (Case Study on FEB UISU Students). Price has a significant effect on Purchasing Decisions for Daviena Skincare products (Case Study on FEB UISU Students). Product Quality and Price have a significant effect on Purchasing Decisions for Daviena Skincare products (Case Study on FEB UISU Students) The study aims to understand the factors that influence purchasing decisions and evolving prices. The expected results provide insights for marketing strategies and product development in the beauty industry.*

Keywords: *Price, Product Quality, Purchase Decision.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian skincare Daviena (Studi kasus pada mahasiswa FEB UISU). Menggunakan metode kuantitatif, studi ini melibatkan survei terhadap 91 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Metode ini dipilih untuk mengevaluasi hubungan kompleks antar variabel dan menguji model penelitian yang diusulkan. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu). Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu). Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu) Penelitian bertujuan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan harga yang berkembang. Hasil yang diharapkan memberikan wawasan untuk strategi pemasaran dan pengembangan produk di industri kecantikan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Produk, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, industri kosmetik dan perawatan kulit terus berkembang pesat, mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan diri. Industri kecantikan di Indonesia, khususnya sektor perawatan kulit (skincare),

terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan proyeksi terbaru, sektor ini diperkirakan tumbuh 4,86% per tahun hingga 2029, Menurut data Statista, pendapatan industri kecantikan di Indonesia diperkirakan meningkat hingga 48% antara 2021 dan 2024, dengan estimasi mencapai US\$ 1,94 miliar pada 2024 dikutip dari www.industri.kontan.co.id. sejak bulan September 2024, nilai penjualan paket kecantikan mulai memperlihatkan adanya tren peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk kecantikan masih tinggi dan industri ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Zubaidah & Latief (2022) Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki konsekuensi yang berlangsung lama setelahnya. Keputusan pembelian merupakan salah satu konsep fundamental dalam perilaku konsumen dan pemasaran. Ini merujuk pada proses yang dilalui konsumen dalam mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa.

Hertanti & Giyana (2025) menegaskan bahwa harga bukan hanya angka nominal, tetapi juga merepresentasikan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Dalam industri skincare, harga sering kali diasosiasikan dengan kualitas dan efektivitas produk, sehingga strategi penetapan harga yang tepat menjadi sangat penting bagi merek seperti Daviena. Efektivitas produk skincare juga menjadi faktor krusial dalam menentukan kualitasnya. Konsumen mengharapkan hasil yang nyata dan terukur dari penggunaan produk skincare. Pentingnya formulasi dalam menentukan kualitas produk skincare, formulasi yang tepat tidak hanya menentukan efektivitas produk, tetapi juga mempengaruhi tekstur, aroma, dan pengalaman penggunaan secara keseluruhan (Hajanah & Utomo 2024).

Namun disayangkan baru-baru ini produk yang dikeluarkan skincare Daviena ini mengalami permasalahan seperti terlibat kontroversi terkait klaim berlebihan (overclaim) dan pemeriksaan laboratorium, Daviena mengklaim bahwa produknya Daviena Sleeping Mask Retinol Booster memiliki kandungan Actosome Retinol sebesar 2%, namun hasil lab menunjukkan bahwa produk tersebut hanya mengandung 0,03 Pure Retinol setara dengan 1% Actosome Retinol dikutip dari radarkediri.jawapos.com. Maka berdasarkan fenomena ini indikasi masalahnya disebabkan adanya kualitas produk yang buruk tidak sesuai dengan klaim

dan harga yang terlalu mahal yang tidak menarik pelanggan untuk membeli produk skincare davienna

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan survei, wawancara dengan memberi kuisioner kepada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Sumatera Utara. Populasi pada penelitian ini 1.035 mahasiswa Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Sumatera Utara serta menggunakan rumus slovin dan mendapat hasil sampel yaitu 91 responden.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menggunakan program SPSS. Dimana responden dalam penelitian ini sebanyak 91 responden. Pengujian ini dilakukan dengan dua sisi kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	KP 1	0,829	0,206	Valid
	KP 2	0,790	0,206	Valid
	KP 3	0,674	0,206	Valid
	KP 4	0,768	0,206	Valid
	KP 5	0,765	0,206	Valid
	KP 6	0,822	0,206	Valid
Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Harga (X2)	HRG1	0,466	0,206	Valid
	HRG 2	0,638	0,206	Valid
	HRG 3	0,492	0,206	Valid
	HRG 4	0,492	0,206	Valid
	HRG 5	0,490	0,206	Valid
	HRG 6	0,600	0,206	Valid

	HRG 7	0,685	0,206	Valid
	PR 8	0,839	0,206	Valid
Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	KPB 1	0,558	0,206	Valid
	KPB 2	0,746	0,206	Valid
	KPB 3	0,448	0,206	Valid
	KPB 4	0,568	0,206	Valid
	KPB 5	0,539	0,206	Valid
	KPB 6	0,632	0,206	Valid
	KPB 7	0,748	0,206	Valid
	KPB 8	0,668	0,206	Valid

Sumber: Data olahan SPSS,2025

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang dimiliki *corrected itemtotal correlation* (r-hitung) > r-tabel yaitu 0,268. Ini berarti seluruh item masing-masing yang ada dinyatakan Valid.

Uji Reabilitas

Pertanyaan yang sudah dikatakan valid dalam uji validitas, maka dilanjutkan dengan uji reabilitas dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika *ralpha* positif atau lebih besar dari rtabel maka pertanyaan realibel.
- Jika *ralpha* negatif atau lebih kecil dari rtabel maka pertanyaan tidak reliabel.

Tabel 1.3 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,860	Valid
Promosi (X2)	0,900	Valid
Minat Beli (Y)	0,938	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas residual dilakukan dengan menggunakan uji *statistick Kolmogorov-Smirnov*. Dimana dasar pengambilan keputusan untuk uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< ,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1.4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar- ized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.67889637
	Absolute	.066
Most Extreme Differences	Positive	.066
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.824

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi pada *E-xact.Sig. (2-tailed)* yaitu (*Sig*) 0,824. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena nilai signifikansinya $> 0,05$ sehingga penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (non-multikolinearitas). Berikut ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas antar variabel independen:

- a. Jika nilai $VIF < 10,00$ dan $Tolerance > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF > 10,00$ dan $Tolerance < 0,10$ maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 1.5 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.358	1.780		1.325	.189		
X1	.488	.104	.350	4.685	.000	.531	1.883
X2	.586	.075	.581	7.768	.000	.531	1.883

a. Dependent Variable: Y

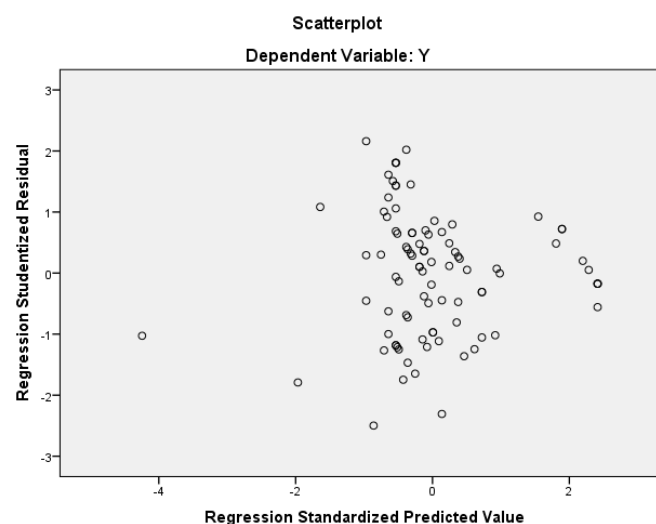
Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan apakah varian residual tidak sama untuk setiap pengamatan tentang model regresi, dan juga untuk memahami adanya ketidak konsistenan dalam uji regresi linear. Pengujiannya sebagai berikut.

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 1.6 Heteroskedastisitas



Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 1.7 Hasil Uji Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.358	1.780		1.325	.189		
X1	.488	.104	.350	4.685	.000	.531	1.883
X2	.586	.075	.581	7.768	.000	.531	1.883

a. Dependent Variable: Y

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1.8 Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.358	1.780		1.325	.189		
1 X1	.488	.104	.350	4.685	.000	.531	1.883
X2	.586	.075	.581	7.768	.000	.531	1.883

a. Dependent Variable: Y (Keputusan Pembelian)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil $t_{hitung} 4,68 > t_{tabel} 1,66$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H1 diterima dan H0 ditolak, menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian dengan hasil $t_{hitung} 7,76 > t_{tabel} 1,66$ dengan signifikansi $0,005 < 0,05$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, menyatakan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 1.9 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1826.248	2	913.124	124.411	.000 ^b
	Residual	645.884	88	7.340		
	Total	2472.132	90			

a. Dependent Variable: Y (Keputusan Pembelian)

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 5.13 di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 124,411 sedangkan F_{tabel} sebesar 3.100 yang dapat dilihat pada $\alpha=0,05$ (lampiran tabel f). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini “Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian”.

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 1.10 Hasil Uji (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				
1	.859 ^a	.739	.733	2.709

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Uji Koefisien Determinasi diuji untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 5.13, diperoleh Adjusted R Square yang disesuaikan sebesar 0,733, atau 73%, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memberikan kontribusi sebesar 73% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan

27% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variable penelitian ini, seperti pelayanan, promosi, dan sebagainya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Daviena (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB di Universitas Islam Sumatera Utara, berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu)
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu)
- c. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Skincare Daviena (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uisu)

Saran

Berdasarkan angka indeks penilaian responden masih adanya penilaian responden ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap indikator-indikator yang diteliti, maka saran-saran penelitian ini yaitu:

- a) Pertimbangkan untuk melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen, terutama di kalangan mahasiswa.
- b) Melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi harga secara berkala untuk memastikan harga tetap kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- c) Kembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan mahasiswa, termasuk mempertimbangkan faktor kualitas produk dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

Hajanah, S. N., & Utomo, A. S. (2024). Pelatihan Produksi Lulur Organik Sebagai Dinisiasi Wirausaha Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Kebumen. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3299-3306.

Hertanti, A. W., & Giyana, G. (2025). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Dan Harga Dalam Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 229-242.

www.industri.kontan.co.id

www.radarkediri.jawapos.com

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-Commerce Shopee Di Lingkungan Rt08/Rw10 Srianmur Bekasi. *Jurnal Emt Kita*, 6(2), 324-333.