



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN SERTIFIKASI
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NAA VAGREEN SKIN
CARE DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Ayu Novita Permatasari (21801081202)



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

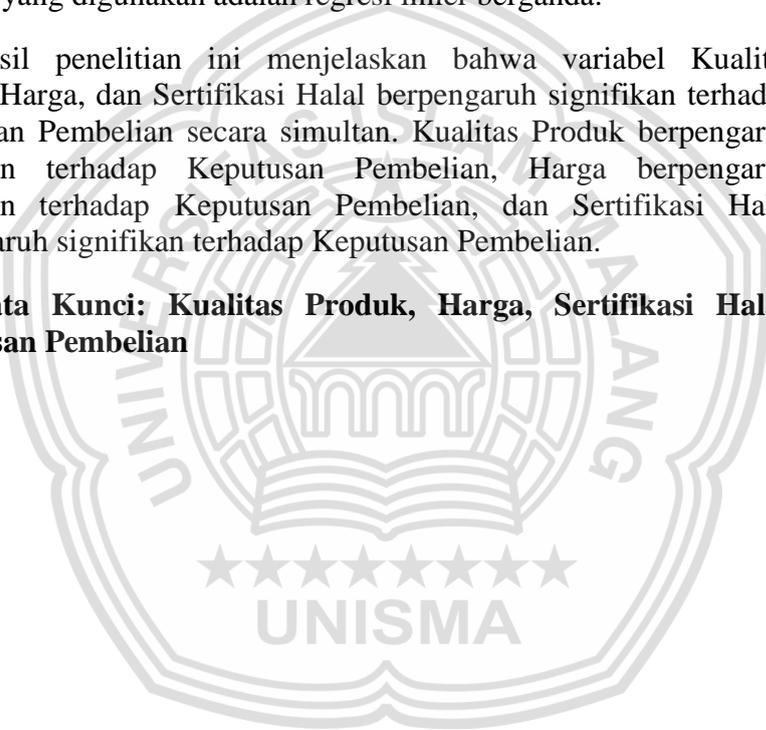
2022

ABSTRAK

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen *Skin Care* di Kota Malang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Kedokteran yang menggunakan Naavagreen *Skin Care*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga, Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada pelanggan dan pustaka yaitu dari jurnal dan artikel. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and analyze how the effect of Product Quality, Price, and Halal Certification on the Purchase Decision of Naavagreen Skin Care in Malang City. The population used in this study were Medical Students who used Naavagreen Skin Care. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The variables in this study are Product Quality, Price, Halal Certification and Purchase Decision. The data collection method used in this research is a questionnaire given to customers and libraries, namely from journals and articles. The analysis used is multiple linear regression.

The results of this study explain that the variables of Product Quality, Price, and Halal Certification have a significant effect on purchasing decisions simultaneously. Product Quality has a significant effect on Purchase Decisions, and Halal Certification has a significant effect on Purchase Decisions.

Keywords : Product Quality, Price, Halal Certification, Purchase Decision



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat, kebutuhan manusia juga berkembang pula. Tidak hanya kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan tersier pun sangat meningkat. Seorang konsumen harus lebih selektif dalam memilih dan menggunakan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, konsumen menjadi lebih memikirkan manfaat yang didapatkan dari produk yang dikonsumsi. Saat ini *skin care* sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat, dalam memilih *skin care* seorang konsumen harus lebih selektif demi mendapatkan manfaat dari produk *skin care* yang dipakainya. Karena saat ini banyak produk-produk *skin care* yang belum terjamin keamanannya.

Menurut Cho (2015) pada bukunya yang berjudul *The Book of Skin Care*, *Skin care* merupakan serangkaian perawatan kulit yang dapat merawat kesehatan dan kecantikan kulit seseorang, *skin care* juga diperlukan oleh kulit untuk mengatasi berbagai permasalahan kulit yang terjadi seperti munculnya jerawat, bekas jerawat, komedo, flek hitam, kantung mata, kerutan halus dan sebagainya. Karena *skin care* merupakan produk yang sangat penting bagi kulit, maka konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk terbaik yang sesuai dengan jenis kulitnya masing-masing.

Saat ini perkembangan *skin care* di Indonesia sangat pesat, persaingan antara perusahaan *skin care* semakin kompetitif. Ditambah lagi sekarang banyak *skin care* dari luar negeri yang masuk ke Indonesia. Setiap perusahaan pasti akan

mengeluarkan produknya dengan kualitas yang terbaik untuk memenangkan persaingan di pasar global. Karena semakin ketatnya persaingan produk *skin care* antar perusahaan, maka setiap perusahaan harus berfikir keras untuk mengupayakan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.

Salah satu produk *skin care* yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu produk *skin care* Naavagreen, sebagian besar orang pasti sudah pernah mendengar tentang produk ini. Naavagreen adalah *Naava* yang berasal dari bahasa Timur Tengah yang artinya cantik, sedangkan *Green* yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti hijau, jadi Naavagreen mengandung makna cantik alami. Naavagreen merupakan salah satu *skin care* yang proses perawatan dan produknya dibuat menggunakan bahan-bahan alami dan natural. Naavagreen telah teruji dan terbukti dengan beberapa produk andalan yang dapat memberikan manfaat untuk kulit sehingga banyak yang tertarik dengan produk ini.

Naavagreen ini memiliki sistem penjualan *offline* dan *online* dalam memasarkan produknya, karena tidak semua produk *skin care* diperjual belikan secara *offline* dan *online*. Hal ini berbeda dengan produk ini, Naavagreen memudahkan para konsumennya dengan memberikan layanan terbaik. Sehingga Naavagreen membuka klinik yang pertama kali berdiri di Yogyakarta pada tanggal 11 Agustus 2012. Klinik tersebut didirikan untuk melayani kebutuhan perawatan kulit secara mendalam. Kehadiran klinik Naavagreen diterima dengan baik di masyarakat, hingga akhirnya Naavagreen memiliki 19 cabang klinik di seluruh Indonesia yang tersebar ke beberapa kota besar.

Skin care Naavagreen dengan label yang halal sebagai jaminan kualitas juga dapat meningkatkan kepercayaan diri seorang wanita. Di sisi lain, Naavagreen selalu mengutamakan kualitas dan harga yang ditawarkan sangat terjangkau.

Produk Naavagreen ini juga di buat dari bahan-bahan alami yang secara langsung diambil dari alam kemudian diolah menjadi *skin care* yang siap dipakai dan tentunya halal dan terpercaya. Saat ini jika kita membuka web resmi Naavagreen atau melihat akun Instagram Naavagreen banyak sekali testimoni terpercaya dari pelanggan Naavagreen, konsumen menyatakan kepuasannya menggunakan produk Naavagreen yang cocok pada kulit wajahnya.

Sebelum melakukan keputusan pembelian produk Naavagreen *skin care*, konsumen pasti akan memilih produk yang memberikan keuntungan bagi kulit wajahnya. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Amstrong, 2016).

Pemilihan produk merupakan hal utama yang harus dilakukan oleh calon konsumen, karena tanpa disadari konsumen akan melakukan pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Selanjutnya adalah pemilihan saluran pembelian, dimana saluran pembelian adalah orang atau badan yang menjadi penghubung dalam proses pengalihan, pemilikan, dan penyampaian barang dari produsen ke konsumen. Selanjutnya adalah waktu pembelian, dimana seorang konsumen melakukan pemilihan waktu pembelian yang berbeda-beda, misalnya ada yang membeli satu bulan sekali ada juga yang dua bulan sekali, tergantung pemakaiannya. Selanjutnya jumlah pembelian, dimana jumlah pembelian ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Selanjutnya metode pembayaran, metode pembayaran adalah cara yang dilakukan pelanggan untuk membayar barang atau jasa. Untuk penjualan *offline* dapat dilakukan pembayaran tunai atau menggunakan kartu kredit, sedangkan untuk

penjualan *online* pembayaran dapat dilakukan melalui transfer ATM atau *Cash on Delivery* (COD).

Dalam mengonsumsi atau menggunakan suatu produk keputusan pembelian bisa terjadi karena beberapa faktor, antara lain adalah kualitas produk, harga, dan sertifikasi halal. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Para konsumen harus lebih selektif dalam menentukan produk yang akan dibeli lalu dikonsumsi nya, maka kualitas produk menjadi sangat penting untuk diperhatikan terutama pada produk *skin care*.

Pada saat ini persaingan bisnis semakin ketat terutama pada perusahaan yang memproduksi produk *skin care*, harga menjadi pertimbangan. Menurut Assauri (2015:352) harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi sesuatu. Sesuatu dapat berupa produk fisik atau juga dapat berupa jasa murni. Menurut Kotler dan Amstrong (2015:452) ada tiga indikator yang digunakan dalam penetapan harga, antara lain : penetapan harga jual, elastisitas harga, pertumbuhan harga pesaing. Harga akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, karena kalau harganya terjangkau pasti konsumen akan banyak yang minat untuk membeli sebuah produk. Kalau harganya mahal konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli produk.

Seiring berkembangnya zaman, konsumen jadi lebih selektif dalam memilih produk yang halal karena sudah teruji kualitas dan keamanannya. Dalam Eka Dewi (2016:49), sertifikat label halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang diberikan kepada perusahaan yang mengajukan uji kehalalan produk. Berdasarkan undang-undang nomor 33 tahun 2014 yaitu tentang registrasi

halal, sertifikasi halal, verifikasi halal, melakukan pembinaan serta melakukan pengawasan kehalalan produk, kerjasama dengan seluruh stakeholder terkait, serta menetapkan standard kehalalan sebuah produk. Serta jaminan produk halal mengamanatkan agar produk yang beredar di Indonesia terjamin kehalalannya, oleh karena itu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal mempunyai tugas dan fungsi untuk menjamin kehalalan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Unisma Fakultas Kedokteran yang yang terletak di Jl. MT Haryono No. 193, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Dalam penelitian ini, peneliti akan membuktikan apakah ada pengaruh yang positif atau negatif antara kualitas produk, harga, dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang, baik secara simultan atau parsial.

Berdasarkan latar diatas, maka dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Naavagreen *Skin Care* di Kota Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang timbul yaitu :

- a. Bagaimana kualitas produk, harga, dan sertifikasi halal berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang ?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang ?

- c. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang ?
- d. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk mengetahui dan menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh kualitas produk, harga, dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian Naavagreen *skin care* di kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai referensi oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan Naavagreen *skin care* di kota Malang.

b. Manfaat Peneliti Berikutnya

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai penjualan produk Naavagreen *skin care* di kota Malang.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, harga, dan sertifikasi halal memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Naavagreen Malang.
- b. Kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Naavagreen Malang.
- c. Harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Naavagreen Malang.
- d. Sertifikasi halal memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Kecantikan Naavagreen Malang.

5.2 Keterbatasan

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.
- b. Responden yang digunakan hanya menggunakan satu wilayah dan masih sangat rendah sehingga hasil kurang digeneralisasi secara luas.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan penelitian, maka diajukan saran sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menerapkan metode wawancara dengan ditambahkan teknik wawancara secara langsung, agar data dari responden akan lebih menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan sampel yang lebih luas lagi dari seluruh wilayah yang berada di Kota Malang sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara luas.



DAFTAR PUSTKA

- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducting Pretiece Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Medan : Eka Dewi (2016). “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan”.
- <https://www.kemenag.go.id/read/bagaimana-sinergi-bpjph-lph-dan-mui-dalam-sertifikasi-halal-ini-penjelasan-kemenag-orvw4>
- Yogyakarta : Renika, Sinta Oktavia and Akhmad, Jazuli (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Naavagreen di Yogyakarta (Studi Kecantikan Kosmetik Naavagreen)”.
- Cirebon : Apriliani (2019). “Pengaruh Promosi dan Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Oriflame di Cirebon”.
- Medan : Jesika Lusiana Siregar, Purnama Yanti Purba, Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Rudi Halim, Jackson Tanama (2019). *Jurnal Akrab Juara* “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Novage pada PT Orindo Alam Ayu (Oriflame Swedan) Medan”. Vol 4 No.1, Februari 2019: 97-108.
- Bandung : Indriani dan Evi (2020). “Pengaruh Label Halal dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum Angkatan 2016 UIN Sunan Gunung Djati Bandung”.
- Novel Apriyani Montolalu, Tinneke M. Tumbel, Olivia F. C. Walangitan (2021). “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital”. Vol 2 No.4.
- Blitar : Devi Marta Dwi, Theresia Pradiani, Ike Kusdyah Rachmawati (2021). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care di Blitar”. Vol 2 No.1, 2021: 8-19.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

- Anwar Prabu Mangkunegara. 2015. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya:Bandung
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis, Jakarta: Salemba Empat
- Armstrong, Kotler 2015, "*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Keller, (2016). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga
- Armstrong, Kotler 2015, "*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc
- Faidah (2017). "Sertifikasi Halal di Indonesia : Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi".
- Bandung : Pramintasari dan Fatmawati (2017). "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung".
- <https://media.neliti.com/media/publications/88103-ID-pengaruh-kualitas-produk-terhadap-keputu.pdf>
- <http://repository.stei.ac.id/1402/2/BAB%20II.pdf>
- Armstrong, Kotler 2015, "*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2015. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya:Bandung
- Fatimah (2017). "Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Ceriamart".
- Faidah (2017). "Sertifikasi Halal di Indonesia : Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi".
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Malhotra, Naresh K. 2006. Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks

Sofar Silaen. 2018. Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor: IN MEDIA.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/16119/05.3%20bab%203.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

