

TESIS

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE LUCIENNE SECARA ONLINE**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)

Oleh

NANDA NOVIANTARI PUTERI

2020420320012



**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

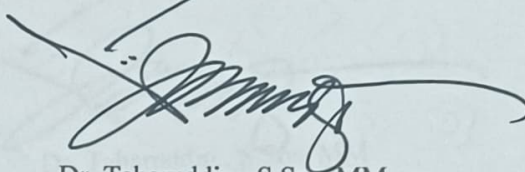
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
LUCIENNE SECARA ONLINE**

Oleh:
NANDA NOVIANTARI PUTERI
2020420320012

Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis
Pada Tanggal 29 Juni 2024

Menyetujui,
Penguji I



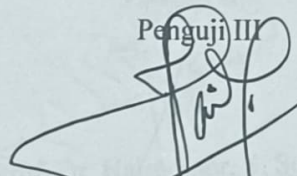
Dr. Taharuddin., S.Sos., MM
NIP. 19740110 200003 1 001

Penguji II



Dr. Irwansyah., S.Sos., M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001

Penguji III



Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

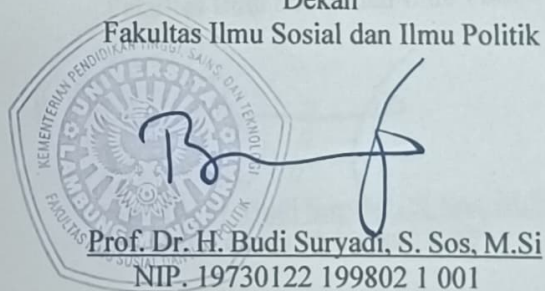
Diketahui,

Koordinator
Magister Administrasi Bisnis



Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si
NIP. 19730122 199802 1 001



Hari ini, Sabtu, Tanggal: 29, Bulan: Juni, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Empat, Semester Ganjil tahun 2024/2025, bahwa:

- a. Dewan Penguji yang ditugaskan oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 1211/UN8.1.13/KP/2024 tanggal 27 Juni 2024.
- b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Nanda Noviantari Puteri
N I M : 2020420320012
Program Studi : Magister Administrasi Bisnis
Waktu Ujian : Mulai, Jam: 20.00 dan Selesai Jam: 21.30 WITA
Media : Zoom MAB
Nilai : **80**, dengan konversi huruf: (A)
Dinyatakan : (Lulus /Tidak Lulus)

Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin
Pada Tanggal : 29 Juni 2024

Mahasiswa yang diuji,

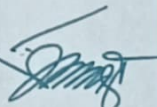


(Nanda Noviantari Puteri)

Dewan Penguji:

1. Penguji I: Dr. Taharuddin., S.Sos., MM

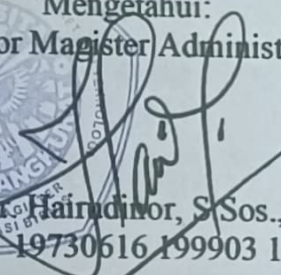
2. Penguji II : Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos., MM

3. Penguji III : Dr. Irwansyah., S.Sos., M.Si

[
[
[

Mengetahui:

Koordinator Magister Administrasi Bisnis,


Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 005/UN8.4/MAB/2025

Sertifikat ini diberikan kepada:
NANDA NOVANTARI PUTERI
NIM. 2020420320012

Dengan Judul Tesis:

**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE LUCIENNE SECARA ONLINE”**

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi $\leq 20\%$ dan dinyatakan bebas plagiasi

Banjarmasin, 23 April 2025
Koordinator MAB,



Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

ABSTRAK

Nanda Noviantari Puteri, 2020420320012, 2024. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lucienne Secara Online, di bawah bimbing Taharudin.

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Lucienne secara *online*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner dengan memanfaatkan *Google Form*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk skincare Lucienne secara online dengan jumlah sampel 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Lucienne secara *online*. Secara simultan baik harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nanda Noviantari Puteri, 2020420320012, 2024. The Influence of Price, Product Quality and Service Quality on Online Purchasing Decisions of Lucienne Skincare Products, under the guidance of Taharudin.

The purpose of this study is to test and analyze the direct and indirect influence between Price, Product Quality and Service Quality on Online Purchasing Decisions of Lucienne skincare products.

This study uses a quantitative research method with multiple linear regression analysis methods. Data collection through questionnaires using Google Form. The population in this study were all consumers who purchased Lucienne skincare products online with a sample size of 96 respondents using a purposive sampling technique.

The results of this study indicate that price and service quality have a negative and insignificant effect on purchasing decisions, while product quality has a positive and significant effect on online purchasing decisions of Lucienne skincare products. Simultaneously, both price, product quality and service quality have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisio

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lucienne Secara Online” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister (S2) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat;
2. Prof. Dr. H Budi Suryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
3. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos., MM. selaku Koordinator Program Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM, sekaligus Dosen Penguji II yang turut memberikan ilmu, arahan dan masukan dalam perbaikan penulisan tesis ini agar menjadi lebih baik.

4. Dr. Taharuddin, S.Sos., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, arahan, masukan dan saran serta bimbingan dalam perbaikan dan penyelesaian tesis ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji I yang turut memberikan ilmu, arahan dan masukan dalam perbaikan penulisan tesis ini menjadi lebih baik.
6. Para Dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM yang membantu penulis selama mengikuti studi.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan, mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa angkatan tahun 2020 Program Studi Magister Administrasi Bisnis FISIP ULM yang memberikan dukungannya penulisan tesis
9. Nur Rizky Herlisa selaku owner dari brand Lucienne.
10. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan atas amal dan segala bantuannya, Aamiin Allahumma Aamiin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4 Kualitas Produk	20
2.1.5 Kualitas Pelayanan	23
2.2 Tinjauan Empiris	25
2.3 Model Penelitian	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Tipe Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	44
3.5.1 Variabel Bebas (X).....	44
3.5.2 Variabel Terikat (Y)	45
3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.1 Sumber Data.....	46
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Penentuan Skor	50
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.8.1 Uji Validitas.....	51
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.9 Teknik Analisis Data	53

3.9.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.9.2 Uji Asumsi Klasik Regresi	53
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.9.4 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV	57
4.1 Profil Responden	57
4.1.1 Provinsi Domisili Responden.....	57
4.1.2 Jenis Kelamin Responden	58
4.1.3 Usia Responden.....	60
4.1.4 Frekuensi Responden Melakukan Pembelian <i>Skincare</i> Lucienne Secara Online	60
4.1.5 Varian Produk Lucienne Yang Pernah Dibeli Responden	61
4.2 Deskriptif Variabel.....	62
4.2.1 Rekapitulasi Variabel Harga (X1).....	62
4.2.2 Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X2).....	65
4.2.3 Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	72
4.2.4 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
4.3.1 Uji Validitas Data.....	79
4.3.2 Uji Reliabilitas Data.....	80
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	81
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
4.4.4 Hasil Analisis Regresi	84
4.4.5 Uji T	86
4.4.6 Uji F.....	88
4.4.7 Pengujian Koefisien Determinasi	89
BAB V.....	92
5.1 Pembahasan	92
5.1.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	92
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	93
5.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	94
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	95
5.3 Model Hasil Penelitian	98
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	98
BAB VI.....	99
6.1 Kesimpulan	99
6.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung E-Commerce Terbesar 2023	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	59
Gambar 4.2 Usia Responden	60
Gambar 4.3 Frekuensi Responden Melakukan Pembelian Secara Online	61
Gambar 4.4 Varian Produk Lucienne Yang Pernah Dibeli Responden	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Gambar 5.1 Model Hasil Penelitian	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Indikator-Indikator Variabel Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Teknik Penentuan Skor	50
Tabel 4.1 Provinsi Domisili Responden.....	57
Tabel 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga.....	63
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	79
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Instrumen	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4.10 Korelasi dan Regresi Teknik Analisis	85
Tabel 4.11 Hasil Uji T	87
Tabel 4.12 Hasil Uji F	89
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	90