

# ANALISIS KOMPARATIF PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKARA WARDAH DAN MAYBELLINE DI KOTA SEMARANG

Anggia Rinda Putri<sup>1</sup>, Apriatni Endang Prihatini<sup>2</sup>  
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia  
Email: [anggiarinda@gmail.com](mailto:anggiarinda@gmail.com)

---

**Abstract :** *Mascara is a cosmetic product needed by women to perfect their appearance. As a brand that is quite prominent in Indonesia and dominates the market, Wardah and Maybelline compete to create products in accordance with consumer expectations. However, Wardah has not been able to surpass Maybelline for mascara products. As for products other than mascara, Wardah tends to dominate the market.*

*This study aims to determine the effect of product quality and prices on purchasing decisions of Wardah and Maybelline mascara. This type of research is explanatory research and sampling uses nonprobability sampling techniques, purposive sampling method. Data collection using questionnaires and google form. The sample used was 200 respondents using Wardah and Maybelline mascara in the city of Semarang. This study uses quantitative and qualitative analysis with validity, reliability, correlation coefficients, coefficient of determination, simple and multiple regression, significance of t test and F test, normality test and Mann Whitney test.*

*The results of the study show that the variables of product quality and price have an effect on purchasing decisions. The variable correlation coefficient of product quality and price for Wardah mascara has a strong relationship, Maybelline mascara has a moderate relationship. The determination coefficient of product quality variable on Wardah mascara purchasing decision variable is 39.1%, Maybelline mascara is 25.6%. The determination coefficient of the price variable on the variable purchase decision of Wardah mascara was 42.6%, Maybelline's mascara was 27.2%.*

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

**Abstrak :** Maskara adalah produk kosmetik yang dibutuhkan oleh para wanita untuk menyempurnakan penampilannya. Sebagai *brand* yang cukup terkemuka di Indonesia dan menguasai pasar, Wardah dan Maybelline bersaing untuk menciptakan produk sesuai dengan harapan konsumen. Namun, Wardah belum mampu mengungguli Maybelline untuk produk maskara. Sedangkan untuk produk selain maskara, Wardah cenderung menguasai pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline. Tipe penelitian adalah *explanatory research* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan google form. Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden pengguna maskara Wardah dan Maybelline di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t dan uji F, uji normalitas dan uji Mann Whitney.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien korelasi variabel kualitas produk dan harga untuk maskara Wardah memiliki hubungan yang kuat, maskara Maybelline memiliki hubungan yang sedang. Koefisien determinasi variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian maskara Wardah sebesar 39,1%, maskara Maybelline sebesar 25,6%. Koefisien determinasi variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian maskara Wardah sebesar 42,6%, maskara Maybelline sebesar 27,2%.

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

---

<sup>1</sup> Anggia Rinda Putri, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

<sup>2</sup> Apriatni Endang Prihatini, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

## Pendahuluan

Kosmetik merupakan salah satu unsur yang cukup penting dalam dunia kecantikan terutama untuk kaum wanita. Kecenderungan wanita yang ingin tampil menawan dan menjadi pusat perhatian, membuat wanita senang mempercantik diri dengan menggunakan kosmetik, karena dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman dan karir juga dipengaruhi oleh daya tarik fisik seseorang. Hal ini berdampak pada semakin meningkatnya industri kosmetik di dunia, termasuk juga di Indonesia. Dapat dilihat dari tingginya produksi kosmetik di Indonesia, dimana dari tahun ke tahun penjualannya semakin meningkat baik kosmetik produksi dalam negeri, maupun luar negeri.

Salah satu produk kosmetik yang cukup penting dan sering digunakan adalah maskara. Maskara adalah produk *makeup* andalan yang dibutuhkan sehari-hari oleh para wanita untuk menyempurnakan penampilannya agar kelihatan lebih menarik. Selain itu, maskara juga dapat membantu membuat mata terlihat lebih segar bahkan ketika tidak menggunakan riasan yang banyak. Banyak kaum wanita yang membeli maskara karena praktis dan mudah untuk dibawa kemana-mana. Hal tersebut telah membuat para produsen kosmetik berlomba-lomba memproduksi berbagai macam maskara untuk menarik hati konsumen agar membeli produk mereka. Banyaknya maskara membanjiri pasaran dengan menawarkan harga yang berbeda-beda dan kualitas produk yang bervariasi, sehingga membuat persaingan semakin ketat di pasaran.

PT. Pusaka Tradisi Ibu atau sekarang menjadi PT. Paragon Technology and Innovation adalah perusahaan yang memproduksi kosmetik Wardah. Maybelline New York adalah salah satu *brand makeup* ternama di dunia, didirikan pada tahun 1915 oleh T.L. Williams di New York, Amerika Serikat yang terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern. Wardah sebagai *brand* kosmetik lokal dan Maybelline sebagai *brand* luar negeri, keduanya memiliki pangsa pasar yang cukup tinggi di Indonesia. Kedua brand tersebut merupakan brand kosmetik yang juga tersedia di *drug store*, artinya kedua brand ini dianggap oleh masyarakat memiliki kualitas produk yang baik dan juga harga yang terjangkau. Namun, sebagai salah satu *brand* lokal yang menguasai pasar, Wardah belum mampu mengungguli Maybelline untuk produk maskara. Sedangkan untuk produk selain maskara, Wardah cenderung menguasai pasar.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Oleh karena itu, masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan konsumen. Konsumen tentu menginginkan produk yang memiliki kualitas terbaik dalam memenuhi kebutuhannya. Selain kualitas produk, harga juga berperan penting dalam keputusan pembelian. Jika pembeli menerima harga yang terlalu tinggi, maka mereka akan mencari produk lain milik pesaing sehingga perusahaan tersebut akan kehilangan calon pembeli. Dengan demikian dapat dikatakan jika kualitas produk yang dihasilkan bagus dan harga yang ditetapkan juga sesuai maka konsumen akan membeli produk tersebut sehingga penjualan akan meningkat. Perbandingan kualitas dan harga pada sebuah produk dengan produk yang lainnya menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk. Konsumen yang cerdas tentu akan memilih produk yang memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau, sehingga besar kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian produk tersebut.

## Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan dalam latar belakang bahwa Wardah sebagai *brand* kosmetik lokal dan Maybelline sebagai *brand* luar negeri. Keduanya merupakan *brand* kosmetik yang juga tersedia di *drug store*, artinya kedua brand ini dianggap oleh masyarakat memiliki kualitas produk yang baik dan juga harga yang terjangkau. Namun, sebagai salah satu *brand* lokal yang menguasai pasar, Wardah belum mampu mengungguli Maybelline untuk produk maskara. Sedangkan untuk produk selain maskara, Wardah cenderung menguasai pasar.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui apakah maskara Wardah belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam hal kualitas produk maupun harga. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?
4. Bagaimana perbedaan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?
5. Bagaimana perbedaan harga terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?
6. Bagaimana perbedaan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk maskara Wardah dan Maybelline?

## **Kerangka Teori**

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler and Armstrong (2008), kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

### **Harga**

Menurut Philip Kotler (2008:345), harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), keputusan pembelian merupakan proses kejadian pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan. Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap perumusan masalah, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline ( $Y$ ).
- H2 : Terdapat pengaruh antara harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline ( $Y$ ).
- H3 : Terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline ( $Y$ ).

## Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komparatif. Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang dimaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti dan hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2010). Sampel yang diambil sebanyak 200 orang yaitu 100 orang yang pernah melakukan pembelian maskara Wardah dan 100 orang pernah melakukan pembelian maskara Maybelline di kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

## Hasil dan Pembahasan

Berikut ini merupakan hasil uji korelasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 <sup>a</sup>	,512	,502	1,981

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian maskara Wardah ( $Y$ ) adalah sebesar 0,716 sehingga memiliki hubungan yang kuat, karena terletak pada interval 0,60-0,799.

Berikut ini merupakan hasil uji korelasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,598 <sup>a</sup>	,358	,345	1,820

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) maskara Maybelline adalah sebesar 0,598 sehingga memiliki hubungan yang sedang, karena terletak pada interval 0,40-0,599.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut ini merupakan hasil uji regresi linier berganda kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah:

Berdasarkan tabel 3 dibawah ini, dapat diketahui bahwa antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah sama-sama memiliki pengaruh positif. Hal ini didasari oleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif, yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,507 dan koefisien regresi untuk variabel harga ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,972. Sedangkan nilai konstanta sebesar -6,929 menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konstan dan dari tabel juga dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel harga dilihat pada kolom *standardized coefficients*, beta yaitu sebesar 0,434.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6,929	2,567		-2,700	,008
Kualitas Produk	,507	,122	,366	4,138	,000
Harga	,972	,198	,434	4,909	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berikut ini merupakan hasil uji regresi linier berganda kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,443	2,341		1,471	,145
Kualitas Produk	,372	,103	,333	3,608	,000
Harga	,573	,146	,364	3,935	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline sama-sama memiliki pengaruh positif. Hal ini didasari oleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif, yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ) adalah

sebesar 0,372 dan koefisien regresi untuk variabel harga ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,573. Sedangkan nilai konstanta sebesar 3,441 menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konstan dan dari tabel juga dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel harga dilihat pada kolom *standardized coefficients*, beta yaitu sebesar 0,364.

## Uji F

**Tabel 5**

**Uji F Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	399,393	2	199,697	50,889	,000 <sup>b</sup>
	Residual	380,647	97	3,924		
	Total	780,040	99			

a. Predictors: (Constant), OCRs, OCR  
 b. Dependent Variable: KP

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung 50,889 dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Dari perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa “terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah.”

**Tabel 6**

**Uji F Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179,218	2	89,609	27,066	,000 <sup>b</sup>
	Residual	321,142	97	3,311		
	Total	500,360	99			

a. Predictors: (Constant), OCRs, OCR  
 b. Dependent Variable: KP

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung 27,066 dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Dari perhitungan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa “terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline.”

## Uji Beda Mann Whitney

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Mann Whitney Variabel Kualitas Produk**

	Kualitas Produk
Mann-Whitney U	2758,500
Wilcoxon W	7808,500
Z	-5,578
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan antara kualitas produk maskara Wardah dan Maybelline. Dengan adanya perbedaan tersebut maka rumusan masalah penelitian pun terjawab yaitu ada perbedaan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Mann Whitney Variabel Harga**

	Harga
Mann-Whitney U	3921,500
Wilcoxon W	8971,500
Z	-2,901
Asymp. Sig. (2-tailed)	,004

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa variabel harga maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,004 yang berarti kurang dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan antara harga maskara Wardah dan Maybelline. Dengan adanya perbedaan tersebut maka rumusan masalah penelitian pun terjawab yaitu ada perbedaan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Mann Whitney Variabel Kualitas Produk dan Harga**

	Kualitas_Produk_dan_Harga
Mann-Whitney U	2321,500
Wilcoxon W	7371,500
Z	-6,705
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

Sumber: Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 9 dibawah ini, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan harga maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat

perbedaan antara kualitas produk dan harga maskara Wardah dan Maybelline. Dengan adanya perbedaan tersebut maka rumusan masalah penelitian pun terjawab yaitu ada perbedaan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah dan Maybelline**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama ( $H_1$ ) yaitu, “diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline”, terbukti dengan t-hitung maskara Wardah sebesar 7,929 lebih besar dari t-tabel dan t-hitung maskara Maybelline sebesar 5,802 lebih besar dari t-tabel sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien korelasi menunjukkan nilai R pada koefisien korelasi antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian untuk maskara Wardah adalah 0,625 yaitu memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan untuk maskara Maybelline adalah 0,506 yaitu memiliki hubungan yang sedang.

Koefisien determinasi menunjukkan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian maskara Wardah adalah sebesar 0,391 sehingga dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Wardah adalah 39,1% sedangkan 60,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Lalu, untuk maskara Maybelline adalah sebesar 0,256 sehingga dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline adalah 25,6% sedangkan 74,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Hasil yang sudah diuji oleh peneliti menunjukkan hasil tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iful Anwar (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya.

Berdasarkan uji *Mann Whitney* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,000* yang berarti kurang dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah dan Maybelline**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama ( $H_2$ ) yaitu, “diduga ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline”, terbukti dengan t-hitung maskara Wardah sebesar 8,526 lebih besar dari t-tabel dan t-hitung maskara Maybelline sebesar 6,052 lebih besar dari t-tabel sehingga dapat diartikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien korelasi menunjukkan nilai R pada koefisien korelasi antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian untuk maskara Wardah adalah 0,653 yaitu memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan untuk maskara Maybelline adalah 0,522 yaitu memiliki hubungan yang sedang.

Koefisien determinasi menunjukkan variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian maskara Wardah adalah sebesar 0,426 sehingga dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah adalah 42,6% sedangkan 57,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Lalu, untuk maskara Maybelline adalah sebesar 0,272 sehingga dapat diartikan bahwa kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline adalah 27,2% sedangkan 72,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Hasil yang sudah diuji oleh peneliti menunjukkan hasil tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tina Martini (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda jenis skutermatic.

Berdasarkan uji *Mann Whitney* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel harga maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,004* yang berarti kurang

dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Maskara Wardah dan Maybelline**

Dari kedua variabel kualitas produk dan harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline. Kualitas produk maupun harga keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi variabel kualitas produk dan harga untuk maskara Wardah masing-masing 39,1% dan 42,6% sedangkan untuk maskara Maybelline masing-masing 25,6% dan 27,2%. Hasil uji regresi linier berganda maskara Wardah, variabel kualitas produk sebesar 0,507 dan variabel harga sebesar 0,972 sedangkan untuk maskara Maybelline variabel kualitas produk sebesar 0,372 dan variabel harga sebesar 0,573. Nilai F hitung maskara Wardah sebesar 50,889 lebih besar dari f tabel 3,09, sedangkan maskara Maybelline sebesar 27,066 lebih besar dari f tabel 3,09. Maka hipotesis yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline” diterima.

Berdasarkan uji *Mann Whitney* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline mempunyai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,000* yang berarti kurang dari 0,05 atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Variabel kualitas produk maskara Wardah dan Maybelline tergolong baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hanya saja, untuk maskara Wardah masih terdapat beberapa indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel kualitas produk, yaitu variasi produk yang kurang beragam dan kemasan produk yang kurang menarik. Sedangkan, untuk maskara Maybelline terdapat 1 indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel kualitas produk, yaitu masih terdapat efek samping saat digunakan. Hasil pengujian maskara Wardah menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan, kuat, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan, hasil pengujian maskara Maybelline menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan, sedang, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian.

Variabel harga maskara Wardah dan Maybelline tergolong sangat baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hanya saja, untuk maskara Wardah masih terdapat beberapa indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel harga, yaitu kemampuan bersaing harga produk dengan merek lain dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan. Sedangkan, untuk maskara Maybelline terdapat 1 indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel harga, yaitu produk kurang memiliki harga yang terjangkau. Hasil pengujian maskara Wardah menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan, kuat, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan, hasil pengujian maskara Maybelline menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan, sedang, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian.

Variabel keputusan pembelian maskara Wardah dan Maybelline di kota Semarang tergolong baik yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Hanya saja, untuk maskara Wardah masih terdapat 1 indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel keputusan pembelian, yaitu produk belum menjadi prioritas pilihan konsumen. Sedangkan, untuk maskara Maybelline masih terdapat 2 indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel keputusan pembelian, yaitu produk belum menjadi prioritas pilihan konsumen dan kurangnya keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Hasil pengujian

maskara Wardah menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan, kuat, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian. konsumen. Sedangkan, hasil pengujian maskara Maybelline menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan, sedang, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, sebagai merek yang cukup menguasai pasar, baik perusahaan Wardah maupun Maybelline harus meningkatkan kualitas produknya agar semakin baik seperti meningkatkan kualitas bahan yang digunakan agar tidak menimbulkan efek samping, menjaga daya tahan maskara tetap *waterproof* agar tidak luntur saat digunakan, menjaga ketahanan tulisan pada kemasan agar tidak cepat pudar dan selalu melakukan inovasi dalam pengembangan produk maskara agar semakin baik.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, baik perusahaan Wardah maupun Maybelline harus menetapkan harga yang tepat, terutama sesuai dengan kualitas produk yang diberikan dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Hal ini agar konsumen merasa harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan sehingga konsumen tidak mengeluh ketika diberikan harga yang sedikit tinggi dibandingkan dengan merek lain tetapi dengan kualitas yang jauh lebih baik.

## Daftar Pustaka

- Anwar, Iful. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Vol. 4, No. 12, 3-5.*
- Ghozali, Imam. (2006). *Statistik Non-parametrik Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Martini, Tina. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian STAIN Kudus, Vol. 9, No. 1, 116.*
- Santoso, Singgih. (2014). *Statistik Multivariat, Edisi Revisi, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.