

Harga, Kualitas Produk, Desain Kemasan Halal, dan Variasi Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Skincare

Nia Octaviana¹, Indra Hastuti², Nur Hadi³

¹ Universitas Duta Bangsa Surakarta: 202020571@mhs.udb.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords price, product quality, halal packaging design, product variations, purchasing decisions</p>	<p><i>The development of beauty in Indonesia is increasing from year to year. The development of the beauty industry is increasingly rapid because the development of the beauty industry is popular with many people, especially women. The purpose of this research is to determine the influence of price, product quality, halal packaging design, and product variations on skincare. The type of research used is quantitative research with a data collection process using questionnaires. The population in this research was 58. The conclusions in this research are (1) Price influences the decision to purchase skincare products. (2), product quality influences the decision to purchase skincare products (3), packaging design has an influence on purchasing decisions for skincare products. (4), product variations influence the decision to purchase skincare products. (5), price, product quality, halal packaging design, and product variety have a significant influence on the decision to purchase skincare</i></p>
INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Harga, kualitas produk, desain kemasan halal, variasi produk, keputusan pembelian</p>	<p>Perkembangan kecantikan di indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat. Perkembangan industri kecantikan semakin pesat karena perkembangan industri kecantikan banyak digemari oleh masyarakat terutama kaum perempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, desain kemasan halal, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian skincare. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan proses pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini ada 58. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah (1) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare. (2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare. (3) desain kemasan halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare (4) variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare. (5) harga, kualitas produk, desain kemasan halal, dan variasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk skincare</p>

A. Pendahuluan

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Perkembangan industri kecantikan semakin pesat karena perkembangan industri kecantikan banyak digemari oleh masyarakat terutama kaum perempuan. Indonesia adalah salah satu pasar yang memikat bagi para pelaku industri kecantikan karena tingkat sebuah pengeluarannya yang tinggi untuk perawatan dan produk kecantikan (Pauzy et al, 2021).

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak bahwa kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. (Alma, 2011).

Produk adalah kondisi dinamis yang terkait dengan produk, Kualitas orang, pekerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Kualitas berkualitas, dengan mencapai tujuan kualitas produk ini, perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis, memperoleh keunggulan kompetitif, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. (Nasution 2005). Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi, dan karakteristik suatu produk, baik barang maupun jasa, berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan, seperti: Daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk dan karakteristik produk lainnya dimaksudkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Desain kemasan adalah proses kreatif yang menggabungkan berbagai elemen seperti bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan informasi produk untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga membantu menjualnya. Desain kemasan berperan sebagai alat komunikasi visual yang estetis, menarik perhatian konsumen dari berbagai latar belakang, minat, dan profesi yang berbeda. (Klimchuk dan Sandra dalam Syamsudin dan Wadju ,2015), Desain kemasan halal adalah proses perancangan kemasan produk yang memenuhi persyaratan dan standar yang memenuhi persyaratan dan standar halal yang ditetapkan oleh otoritas keagamaan dan industry terkait. Desain ini tidak hanya harus memastikan bahwa produk tersebut aman dan sesuai untuk dikonsumsi oleh umat Muslim, tetapi juga harus mengkomunikasikan nilai-nilai kehalalan secara jelas kepada konsumen.

Variasi produk merupakan kondisi yang terbentuk dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif, sehingga menimbulkan banyak pilihan dalam proses belanja konsumen (Asep dalam Indrasari,2019).

keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembeli (tjipto,2020)

Peneliti terdahulu yang melakukan penelitian pada beberapa faktor seperti pada hasil penelitian (Rizal Ula Ananta Fauzi, Hendra Setiawan ,2023). Menyatakan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada peneliti selanjutnya,(Erica Bella Oktavia, Feri Fatmah, ira puspita dewi ,2022), Hasil penelitian bahasan Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat dinyatakan bahwa secara parsial semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare?. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare?. Apakah desain kemasan halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare?. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare?.apakah harga, kualitas produk,desain kemasan halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian skincare?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan proses pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner. Analisis kuantitatif bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Selanjutnya, hipotesis diuji melalui data yang telah diperoleh, dan perolehan data analisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis. Objek penelitian yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono,2011).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Hal ini sering dilakukan jika jumlah populasi relatif kecil. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 58 responden.

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun bentuk kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert* pada jawaban untuk memudahkan responden menentukan jawabannya dan memudahkan peneliti untuk membuat kesimpulan dan analisis secara kuantitatif. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. (Sugiyono,2010).

Metode analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (heteroskedastisitas, normalitas, multikolinearitas), uji regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi.

C. Hasil dan Pembahasan [Times New Roman 11 bold]

Hasil penelitian akan dijelaskan pada bagian ini. Hasil akan disajikan dalam bentuk grafik, gambar, tabel dan lain-lain sehingga pembaca menjadi mudah memahami.

1. Hasil Penelitian

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya survei. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Ghozali,

2016). Aabila rhitung>rtabel, maka item pernyataan dikatakan valid. Uji validitas pada penelitian ini disajikan dalam table berikut:

Tabel 1.Uji Validitas

Variable	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Ket.
Harga (X1)	X1.1	0,834	0,2586	VALID
	X1.2	0,879	0,2586	VALID
	X1.3	0,904	0,2586	VALID
	X1.4	0,823	0,2586	VALID
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,891	0,2586	VALID
	X2.2	0,887	0,2586	VALID
	X2.3	0,900	0,2586	VALID
	X2.4	0,866	0,2586	VALID
Desain Kemasan halal (X3)	X3.1	0,838	0,2586	VALID
	X3.2	0,834	0,2586	VALID
	X3.3	0,897	0,2586	VALID
Variasi Produk (X4)	X4.1	0,889	0,2586	VALID
	X4.2	0,892	0,2586	VALID
	X4.3	0,891	0,2586	VALID
Keputusan Pembelian	Y.1	0,871	0,2586	VALID
	Y.2	0,880	0,2586	VALID
	Y.3	0,839	0,2586	VALID
	Y.4	0,754	0,2586	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 29,2024

Reliabilitas menyatakan bahwa kuesioner merupakan alat untuk mengukur suatu indikator suatu variabel. Soal dianggap reliabel apabila tanggapan seseorang terhadap apa yang diucapkan selalu konsisten. Untuk mengukur reliabilitas penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien *alpha Cronbach Alpha* > 0,60. (Ghozali ,2016).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Crombanch'	Nilai Batas	Keterangan
Harga	0,833	0,6	VALID
Kualitas Produk	0,905	0,6	VALID
Desain Kemasan Halal	0,816	0,6	VALID
Variasi Produk	0,868	0,6	VALID
Keputusan Pembelian	0,857	0,6	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 29, 2024

Berdasarkan table 2 Uji reliabilitas dilakukan pada semua indicator pernyataan semua variable memiliki nilai yang lebih besar 0,60 atau Cronbach Alpha > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan lolos dalam uji dab menunjukkan bahawa variabel baik karena reliabilitas semakin mendekati angka 1.

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Tabel 3. hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		29
Normal Parameters ^a	Mean	.000000
	Std. Deviation	.87656660
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.049
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.618
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.606
	Upper Bound	.631

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Dapat diambil kesimpulan melalui tabel *output* SPSS diatas bahwa data yang dihimpun peneliti memiliki distribusi dan sebaran normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah > 0,05 yakni 0.200. Sehingga hasil residual dari variabel-variabel penelitian memiliki distribusi data yang normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan apakah terdapat hubungan antara beberapa variabel independen dalam model regresi linier berganda. Data variabel independen dikatakan baik jika tidak berkorelasi satu sama lain.

Table 4 Uji multikoloniaritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.363	.511		2.670	.010		
	Harga	.198	.090	.212	2.196	.033	.112	8.957
	Kualitas Produk	.223	.080	.261	2.793	.007	.119	8.438
	Desain Kemasan Halal	.275	.102	.209	2.695	.009	.172	5.822
	Variasi Produk	.396	.107	.336	3.707	<.001	.126	7.914

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 29, 2024

Dapat disimpulkan mellui table output spss diatas bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen penelitian ini yakni karena menilik nilai *Tolerance* seluruh variabel independen lebih besar dari 0,10 sementara nilai VIF seluruh variabel independen juga lebih kecil dari 10,0.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menilai ketidaksamaan varians dari residual yang diuji regresi kembali. Uji ini merupakan salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan peneliti karena variabel independen dalam penelitian lebih dari satu. Jika variabel terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi berganda dikatakan tidak valid.

Tabel 5. Uji heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.229	.320		3.837	<.001
	Harga	-.006	.057	-.045	-.113	.910
	Kualitas Produk	.002	.050	.013	.035	.972
	Desain Kemasan Halal	.014	.064	.070	.221	.826
	Variasi Produk	-.059	.067	-.324	-.875	.386

a. Dependent Variable: ABS

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dan juga tabel output SPSS 29.0 diatas, maka data dikatakan tidak terjadi hetero. Keputusan ini diambil peneliti karena nilai *Significance* masing-masing variabel lebih dari 0,050.

Tabel 6 Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.363	.511		2.670	.010
Harga	.198	.090	.212	2.196	.033
Kualitas Produk	.223	.080	.261	2.793	.007
Desain Kemasan Halal	.275	.102	.209	2.695	.009
Variasi Produk	.396	.107	.336	3.707	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Maka, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.363 + 0.198 X_1 + 0.223 X_2 + 0.275 X_3 + 0.396 X_4 + e$$

Tabel 7 uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.363	.511		2.670	.010
Harga	.198	.090	.212	2.196	.033
Kualitas Produk	.223	.080	.261	2.793	.007
Desain Kemasan Halal	.275	.102	.209	2.695	.009
Variasi Produk	.396	.107	.336	3.707	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- Nilai signifikansi dari variabel X1, X2, X3, X4 lebih kecil dari 0,050 sehingga X1, X2, X3, X4 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.
- Nilai t_{tabel} 58 data dengan tingkat kepercayaan 95% : 2.00172 dan diketahui nilai t hitung untuk variabel X1, X2, X3, X4 merupakan lebih dari nilai t tabel sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y secara parsial.

Tabel 8 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	753.789	4	188.447	228.045	<.001 ^b
	Residual	43.797	53	.826		
	Total	797.586	57			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Produk, Desain Kemasan Halal, Harga

Berdasarkan hasil pada *output* SPSS melalui tabel diatas, diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar $228.045 > F_{tabel}$ 2.53. Selain itu, nilai signifikansi tabel anova diatas adalah $0,001 < 0,05$, sehingga peneliti menarik garis besar bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang diberikan variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y.

Koefisien determinasi adalah uji yang dilakukan peneliti untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabe; 9 Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.972 ^a	.945	.941	.90904

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Kualitas Produk, Desain Kemasan Halal, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pada *output* SPSS melalui tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R-Square sebesar 0,941 atau 94,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, desain kemasan halal, dan variasi produk mempunyai kontribusi sama besar 94,1% terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

2. Pembahasan

1. Pengaruh harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Progrma Studi Manajemen fakultas Hukum dan Bisnis Universitas duta Bangsa Surakarta
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat signifikansi varibel harga sebesar $t_{hitung} 2.196 > t_{tabel} 2,001$ dengan nilai $sig.033 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga berpegaruh signifikan terhadap minat keputusan pembelian pada mahasiswa program studi Manajemen, fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Progrma Studi Manajemen fakultas Hukum dan Bisnis Universitas duta Bangsa Surakarta
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat signifikansi variabel kualitas produk sebesar $t_{hitung} 2.793 > t_{tabel} 2,001$ dengan nilai $sig.007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpegaruh signifikan terhadap minat keputusan pembelian pada mahasiswa program studi Manajemen, fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta
3. Pengaruh Desain Kemasan Halal (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Progrma Studi Manajemen fakultas Hukum dan Bisnis Universitas duta Bangsa Surakarta
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat signifikansi variable desain kemasan halal sebesar $t_{hitung} 2,695 > t_{tabel} 2,001$ dengan nilai $sig.009 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial desain kemasan halal berpegaruh signifikan terhadap minat keputusan pembelian pada mahasiswa program studi Manajemen, fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta
4. Pengaruh Variasi Produk (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Progrma Studi Manajemen fakultas Hukum dan Bisnis Universitas duta Bangsa Surakarta
Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat signifikansi variable Variasi Produk sebesar $t_{hitung} 3,707 > t_{tabel} 2,001$ dengan nilai $sig.009 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial desain kemasan halal berpegaruh signifikan terhadap minat keputusan pembelian pada mahasiswa program studi Manajemen, fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta.
5. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Kemasan Halal dam Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Mahasiswa Progrma Studi Manajemen fakultas Hukum dan Bisnis Universitas duta Bangsa Surakarta
Berdasarkan hasil pengujisn yang dilakukan dapat diperoleh hasil nilai F_{hitung} adalah sebesar $228.045 > F_{tabel} 2.53$. Selain itu, nilai signifikansi tabel anova diatas adalah $0,001 < 0,05$, sehingga peneliti menarik garis besar bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang diberikan variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y.

D. Simpulan

Harga, kualitas produk, desain kemasan halal dan variasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian skincare. Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Duta Bangsa Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari diperoleh hasil nilai F_{hitung} adalah sebesar $228.045 > F_{tabel} 2.53$. Selain itu, nilai signifikansi tabel anova diatas adalah $0,001 < 0,05$, sehingga peneliti menarik garis besar bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang diberikan variabel X1, X2, X3, X4 terhadap Y.

E. Referensi

- Pauzy, D. M., & Sutrisna, A. (2021). "Mengukur Kepuasan Konsumen Produk Skin Care Melalui Kualitas Produk." *Jurnal Ecoment Global*, 6(2).
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian. Bandung: Alfabeth.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design. Successful Product Branding from Concept to Shelf*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 2020. pp.21-125
- Nafsyiah, H., Fauzi, R. U. A., & Setiawan, H. (2023, September). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DESAIN KEMASAN, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINCARE SKINTIFIC (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, (2009), *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Penerbit : Universitas Dipenogoro. Semarang