

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISKON, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MAHARANI PRIMA SKIN CARE DI BLITAR**

Devi Marta Dwi

Program Pasca Sarjana, Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang

[devimarta36@gmail.com](mailto:devimarta36@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Maharani Prima *skin care* adalah klinik kecantikan di kota Blitar. Maharani Prima *skin care* menjadi salah satu pelopor pertama klinik kecantikan yang ada di Blitar dan seiring berjalannya waktu Maharani Prima *skin care* mampu berkembang dengan sangat pesat. Di tahun 2014, klinik yang berlokasi di daerah Sutojayan, Blitar tersebut mulai mengeluarkan *brand skin care* dengan formula khusus yang dibuat langsung oleh dr. Maharani Prima dan telah terdaftar BPOM serta tersertifikasi halal.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian online Maharani Prima *skin care*, pengaruh harga terhadap pembelian online Maharani Prima *skin care*, pengaruh diskon terhadap pembelian online Maharani Prima *skin care*, pengaruh kepercayaan terhadap pembelian online Maharani Prima *skin care*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengamilan sampel menggunakan sampel *slovin* dan *purposive sampling* dengan jumlah 150 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga, diskon, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care*. Secara simultan variabel kualitas produk, harga, diskon dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online Maharani Prima *skin care*, dan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, diskon dan kepercayaan sebesar 75.6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : Kualitas produk, Harga, Promosi, Kepercayaan, Keputusan pembelian

### **ABSTRACT**

*Maharani Prima skin care is a beauty clinic in Blitar. Maharani Prima skin care became one of the first pioneers of beauty clinics in Blitar and over time Maharani Prima skin care was able to develop very rapidly. In 2014, the clinic located in Sutojayan area, Blitar started to issue skin care brand with a special formula made directly by dr. Maharani Prima and has been registered BPOM and certified halal.*

*The purpose of this research is to know and analyze the influence of product quality on online purchasing decisions of Maharani Prima skin care, the influence of price on online purchases of Maharani Prima skin care, the influence of discounts on online purchases of Maharani Prima skin care. This type of research is quantitative using survey methods. The sample snacking technique uses slovin and purposive sampling samples with a total of 150 respondents. Data collection techniques using questionnaires processed using SPSS. Data analysis using linear regression breganda.*

*The results of this study show that the quality of the product does not have a partial impact on purchasing decisions. Meanwhile, prices, discounts, trusts have a positive and significant effect on maharani prima skin care online purchasing decisions. Simultaneously variable product quality, price, discount and pricing have a significant effect on maharani prima skin care online purchasing decisions, and purchasing decisions can be explained by variable product quality, price, discount and trust of 75.6% while the rest is explained by other variables not contained in this study.*

*Keywords : Product quality, Price, Promotion, Trust, Purchasing decision decision*

## I. Pendahuluan

Sebelumnya kemajuan teknologi belum dikenal banyak orang, namun seiring perkembangannya ilmu pengetahuan perlahan-lahan orang mengetahui adanya kemajuan teknologi dan informasi, sekarang ini banyak *e-commerce* dan media *online* yang bermunculan yang bisa dinikmati mulai dari remaja hingga kalangan orang dewasa. Banyak pilihan produk yang ditawarkan mulai dari makanan, perlengkapan rumah tangga, dekorasi rumah, pakaian khusus pria dan wanita, otomotif, elektronik, *skin care*, aksesoris, perlengkapan kado dan lain-lain. Teknologi sangat membantu manusia, khususnya mengefektifkan waktu dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat berbelanja tanpa harus datang ke toko atau ke tempat penjual, melakukan pembayaran juga sangat mudah dilakukan. Sehingga sangat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi setiap hari hal ini sanga

Dalam penelitian ini peneliti memilih obyek pada Maharani Prima *skin care* yang ada di kota Blitar. Berawal di tahun 2013, ketika dr. Maharani Prima memutuskan untuk pindah ke kabupaten Blitar dan membuka klinik kecantikan dengan nama Maharani Prima *skin care*. Kehadiran Maharani Prima *skin care* di kabupaten Blitar, sekaligus menjadikannya sebagai klinik estetika pertama di wilayah tersebut, dan seiring berjalannya waktu Maharani Prima *skin care* mampu berkembang dengan sangat pesat. Di tahun 2014, klinik yang berlokasi di daerah Sutojayan, Blitar tersebut mulai mengeluarkan *brand skine care* dengan formula khusus yang dibuat langsung oleh dr. Maharani Prima dan telah terdaftar BPOM serta tersertifikasi halal. Hingga saat ini, Maharani Prima *skin care* telah meluncurkan puluhan produk MP *skin care* dan kosmetik serta menjadi tempat perawatan dengan fasilitas lengkap dan modern yang cukup ternama di kota Blitar maupun wilayah sekitarnya. Peneliti merasa tertarik untuk meneliti di Maharani Prima *skin care* dr. Maharani karena Maharani Prima *skin care* adalah pelopor klinik kecantikan pertama

di daerah kota Blitar dan satu-satunya klinik kecantikan yang mendapatkan penghargaan *BEST SKIN CARE CLINIC* 2019 dan *BEST OF THE BEST* karena dinilai sukses dan berhasil menjadi ahli dalam menjealakan bisnis dibidangnya, plakat penghargaan tersebut ditanda tangani secara langsung oleh Menko PMK Puan Maharani dan Menaker M. Hanif Dhakiri dengan kategori penghargaan *ECELLENCE SKIN CARE CLINIC* 2019 dari Platinum Indonesia Award yang bekerjasama dengan Kementrian Perekonomian dan UMKM karena dinilai berhasil memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen.

Selain mendapatkan penghargaan tentang produk kecantikan, dr. Maharani Prima dinobatkan sebagai *THE MOST TRUSTED BEAUTY SKIN CARE & SATISFACTION OF THE YEAR* 2018 oleh Indonesia *Development Achievement Faoundation* (IDAF) karena berhasil memberikan kualitas pelayanan terbaik dalam menciptakan kepuasan pelanggan sebagai sebuah klinik kecantikan paling terpercaya, dr. Maharani Prima menyediakan pembelian secara *online* melalui *whatsapp* dan *shopee*, sehingga memudahkan para pelnggan untuk melakukan pembelian tanpa harus datang ke klinik dan dengan cara ini bisa dilakukan oleh pelanggan yang ada diluar kota Blitar bahkan yang ada di lur negeri.

Kualitas Produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adanya keputusan pembelian, dimana penjual produk harus menghasilkan kualitas produk yang berkualitas bagus dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, hal ini akan meningkatkan reputasi penjual produk dengan sendirinya, maka penjual produk akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan. Jika produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan maka konsumen akan cenderung melalukan pembelian ulang apabila konsumen merasa produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu sesuai dengan harapan yang diinginkan. Menurut para ahli Kotler dan Keller (2011:143) kualitas produk merupakan

kemampuan suatu barang dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari yang diinginkan.

Kebanyakan konsumen akan memutuskan untuk membeli sebuah produk, yang memiliki kualitas bagus yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen itu sendiri. Kualitas produk memiliki banyak fungsi yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dalam banyak cara. Produk yang dijual di Maharani Prima *Skin Care* adalah produk kecantikan dengan kualitas yang tidak perlu diragukan karena sudah terdaftar di BPOM dan berlabelkan halal. Beberapa kelebihan berbelanja produk melalui *online* adalah bisa dengan mudah melakukan konsultasi wajah tanpa harus datang ke klinik menemui dokter sudah bisa membeli produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sehingga sangat memudahkan konsumen dalam memilih produk kecantikan yang dibutuhkan kulit wajah masing-masing individu.

Menurut para ahli Kotler dan Armstrong (2013:151) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba bagi perusahaan atau penjual. Suatu perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor harga, besar kecilnya suatu harga yang ditetapkan perusahaan akan sangat mempengaruhi kemampuan bersaing antar perusahaan, hal ini mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk tersebut. Harga yang dipasarkan di Maharani Prima *skin care* sangat terjangkau dan lebih murah serta harga sesuai dengan kualitas produk yang dijual dibandingkan dengan klinik kecantikan lainnya yang ada di kota Blitar.

Diskon merupakan salah satu cara yang digunakan di Maharani Prima *skin care* untuk menarik minat pembeli melakukan

transaksi pembelian. Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu Ardansyah (2020), bahwa diskon sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk melalui metode *online*. Menurut Kotler (2007:49) diskon merupakan penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian dilur musim. Dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

Kepercayaan merupakan suatu pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya yang dirasakan, menurut Mowen dan Minor (2011). Maharani Prima *skin care* meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen dengan cara memperhatikan kualitas barang yang dijual, kualitas foto produk yang menunjukkan fitur dari barang yang dijual, *shopee* dan akun sosial media yang jelas, melakukan komunikasi aktif dengan pelanggan, informasi lengkap mengenai produk dan penjual dengan jelas, memberikan testimoni dari konsumen sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen untuk membeli produk-produk melalui media *online*.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena peneliti ingin membahas mengenai adanya fenomena yang terjadi saat ini dikalangan masyarakat, yang mulai sadar mengenai perawatan dan kesehatan untuk kulit, karena sebelumnya kebanyakan masyarakat masih belum peduli mengenai perawatan dan kesehatan untuk kulit. Peneliti memilih penelitian pembelian *online* Maharani Prima *Skin Care* di Blitar dikarenakan Maharani Prima *skin care* terletak di Blitar dan yang menjadi pelopor klinik kecantikan satu-satunya di Blitar dan salah satu *skin care* yang sangat populer di Blitar saat ini. Menurut pengamatan sementara untuk pembelian produk atau barang konsumen di musim pandemik covid-19 ini banyak yang memilih

membeli produk Maharani Prima *skin care* melalui *online*, dikarenakan konsumen juga menghindari adanya keramaian untuk melakukan pembelian langsung secara *offline*, dan mengikuti peraturan pemerintah dimana salah satunya diberlakukannya *social distancing* untuk memutus mata rantai penyebaran covid-19 sehingga memutuskan pembelian melalui *online*. Banyaknya minat pembeli serta banyak kemudahan dalam membeli barang serta keputusan pembelian produk atau barang pada media *online*.

Penelitian ini, memberikan referensi terhadap pengusaha *online* untuk mengetahui kemungkinan faktor yang bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian, peneliti memilih faktor kualitas produk, produk Maharani prima *skin care* dibuat oleh tenaga ahli dan produk terbuat dari bahan alami sehingga aman digunakan untuk wajah, selain itu produk Maharani Prima sudah terdaftar di BPOM dan berlabelkan halal, hal ini sesuai dengan pendapat salah satu para ahli yaitu Kotler dan Keller (2016:156) bahwa kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Namun sebelum adanya covid-19 ini Maharani Prima *skin care* setiap harinya selalu dipenuhi dengan konsumen yang membeli produk kecantikan maupun melakukan perawatan seperti *facial atau treatment* wajah tetapi dengan adanya musim pandemik covid-19 ini pembelian *offline* produk Maharani Prima *skin care* mulai menurun, sehingga peneliti ingin mengetahui pembelian produk Maharani Prima *skin care* menurun karena adanya virus covid-19 atau kualitas produknya yang mungkin mulai menurun sehingga konsumen tidak melakukan pembelian produk atau perawatan langsung di Maharani Prima *skin care*. Peneliti memilih faktor harga karena harga produk di Maharani prima *skin care* lebih terjangkau dibandingkan dengan *skin care* sejenisnya yang ada di kota Blitar, selain itu konsumen juga bisa membeli produk sesuai dengan

kebutuhan kulit wajah dan Maharani Prima *skin care* menawarkan pembelian produk *skin care* tidak harus dengan satu paket sehingga harga lebih terjangkau. Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu oleh Kalih Purwasih, 2019 bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui metode online, sehingga sangat mendukung dalam penelitian ini apakah harga juga berpengaruh dalam keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar. Peneliti memilih faktor diskon karena Maharani prima *skin care* setiap bulannya mengeluarkan diskon berupa produk *skin care* maupun perawatan seperti *facial atau treatment* wajah kecantikan selain itu Maharani Prima *skin care* juga memberikan diskon kepada konsumen yang memiliki member sebesar 10%-15% setiap pembelian produk di Maharani Prima *skin care*, member tersebut berlaku sampai dengan 2 tahun. Peneliti memilih faktor kepercayaan karena Maharani Prima *skin care* adalah salah satu pelopor pertama yang mendirikan klinik kecantikan yang ada di kota Blitar, dan Maharani Prima *skin care* sebagai klinik kecantikan yang mampu meyakinkan kepada konsumen dengan jaminan pelayanan yang terbaik dibuktikan bahwa Maharani Prima *skin care* mendapatkan penghargaan sebagai *EXCELLENCE SKIN CARE CLINIC 2019* dimana selain berhasil menaruh kepercayaan kepada konsumen, Maharani Prima *skin care* juga memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan selain itu Maharani Prima *skin care* satu-satunya klinik kecantikan di kota Blitar yang mendapatkan penghargaan *BEST SKIN CARE CLINIC 2019* dan *BEST OF THE BEST* karena dinilai sukses dan berhasil menjadi ahli dalam menjalankan bisnis dibidangnya. Kualitas produk, harga, diskon dan kepercayaan menjadi salah satu alasan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis ingin mengambil judul penelitian "Pengaruh kualitas produk, harga, diskon dan

kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care*, di Blitar”

## II. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang diperoleh dari jawaban responden, penyebaran kuesioner melalui kurir Maharani Prima *Skin Care* di Blitar, berdasarkan hasil nilai atau skor jawaban dari responden yang akan diolah dengan menggunakan bantuan program statistik. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian melalui *online* dan konsumen yang memiliki member. Sampel penelitian ini menggunakan metode slovin dengan menggunakan teknik *purposivesampling* dimana dalam memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, seperti : responden sudah pernah melakukan pembelian produk Maharani Prima *skin care* sebelumnya, responden yang memiliki member yang melakukan pembelian melalui *online*. Sampel dalam penelitian ini diambil 150 responden setelah melakukan eliminasi dari total 240 sampel yang masuk dalam penelitian dengan pertimbangan kriteria-kriteria yang sudah disebutkan diatas.

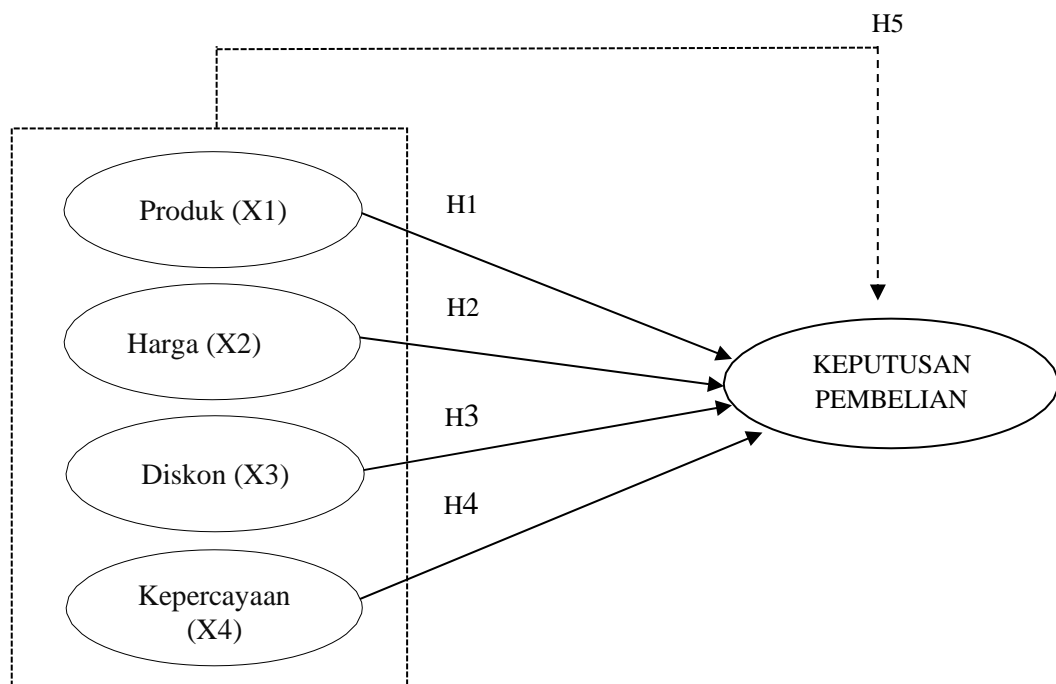
Sebelum melakukan tahap pengujian hipotesis, peneliti melakukan uji

analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* statistik SPSS. Adapun hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Diduga kualitas produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- H2 : Diduga harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- H3 : Diduga diskon secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- H4 : Diduga kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- H5 : Diduga kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan secara signifikan memberikan pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

Kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan seperti dibawah ini :

**Gambar 1. Kerangka Konseptual**



### III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Beberapa pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,761	,970		,784	,434		
	Kualitas Produk	-,013	,020	-,030	-,664	,508	,848	1,180
	Harga	,524	,028	,810	18,754	,000	,901	1,109
	Diskon	,068	,027	,115	2,539	,012	,817	1,224
	Kepercayaan	,108	,050	,094	2,165	,032	,899	1,112

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah, 2020

**Tabel 5. Hasil Uji F (Secara Bersama-sama)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211,878	4	52,970	112,429	,000 <sup>b</sup>
	Residual	68,315	145	,471		
	Total	280,193	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Diskon, Harga, Kualitas Produk

Sumber : data diolah, 2020

**Tabel 6. Hasil Koefisien Adjusted R Square**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,870 <sup>a</sup>	,756	,749	,68639	1,637

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Diskon, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji Hipotesis

Hasil dari pengujian hipotesis berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5. Berdasarkan masing-masing variable penelitian sebagai berikut :

### 1. Pengaruh kualitas produk

terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

H1 : pengaruh variabel kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima Skin care di Blitar.

Hipotesis diatas secara signifikan dan positif kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar. Diketahui table *coefficients* nilai sig dari variabel kualitas produk adalah  $0,508 > 0,05$ . Hasil nilai ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H1 ditolak.

### 2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

H2 : pengaruh variabel harga secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar.

Hipotesis diatas secara positif dan signifikan variabel kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar. Diketahui table *coefficients* nilai sig dari harga adalah  $0,000 < 0,05$ . Hasil nilai ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H2 diterima.

### 3. Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

H3 : pengaruh variabel diskon secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar.

Hipotesis diatas secara positif dan signifikan variabel diskon memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Diketahui table *coefficients* nilai sig dari diskon adalah  $0,012 < 0,05$ . Hasil nilai ini menunjukkan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H3 diterima.

### 4. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

H4 : pengaruh variabel kepercayaan secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar.

Hipotesis diatas ingin mengetahui secara positif dan signifikan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Diketahui table *coefficients* nilai sig dari kepercayaan adalah  $0,032 < 0,05$ . Hasil nilai ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H4 diterima.

### 5. Pengaruh kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar



H5 : pengaruh signifikan secara simultan variabel kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar.

Hipotesis diatas secara signifikan simultan pengaruh variabel kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar. Dapat kita ketahui pada table ANOVA nilai sig dari uji F variable kualitas produk, harga, diskon dan kepercayaan adalah  $0,000 < 0,05$ . Hasil nilai ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*, sehingga H5 diterima.

## Pembahasan

### a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Online*

Hasil pengujian pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* dapat diketahui bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak, dengan nilai signifikan  $0,508 > 0,05$ . Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Artinya berdasarkan data kuesioner dari masing-masing indikator per item kualitas produk bahwa sebagian besar konsumen tidak cocok menggunakan kualitas produk dengan formula atau komposisi yang baru, dan harga kualitas produk yang semakin meningkat membuat konsumen berfikir dua kali untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sama dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Lenggang Kurnia Intan Devi (2019) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

### b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online*

Hasil pengujian pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *online*

Maharani Prima *skin care* dapat diketahui bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Artinya berdasarkan data kuesioner dari masing-masing indikator per item harga bahwa sebagian besar konsumen Maharani Prima *skin care* mengetahui harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan harga sesuai dengan kualitas produk yang dijual dibandingkan dengan klinik kecantikan sejenisnya yang ada di kota Blitar.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Lama'ah Natusion (2020) bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* Shopee pada mahasiswa di Surabaya.

### c. Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian *Online*

Hasil pengujian pengaruh variabel diskon terhadap keputusan pembelian *online* dapat diketahui bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima, dengan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$ . Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Artinya berdasarkan data kuesioner dari masing-masing indikator per item diskon sebagian besar konsumen Maharani Prima *skin care* merasa tertarik dengan adanya diskon yang ditawarkan setiap bulannya sampai dengan 20% dan bagi konsumen yang memiliki member mendapatkan diskon sampai dengan 15% dengan jangka waktu diskon yang diberikan lumayan panjang. Sehingga mempengaruhi daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardiansyah (2020) bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *online* di Shopee.

### d. Pengaruh Signifikan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online*.

Hasil pengujian pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* dapat diketahui bahwa hipotesis

keempat (H4) diterima, dengan nilai signifikan  $0,032 < 0,05$ . Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Artinya berdasarkan data kuesioner dari masing-masing indikator per item kepercayaan sebagian besar konsumen Maharani Prima *skin care* diberikan jaminan kepuasan berkaitan dengan produk yang aman, pelayanan yang baik serta Maharani Prima *skin care* memberikan perhatian secara penuh kepada konsumen.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Nopron Dwi Putra (2018) bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.

e. Pengaruh Simultan Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care*. Artinya berdasarkan data kuesioner dari masing-masing variabel bebas yang diteliti menunjukkan hasil uji F sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh simultan variabel kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care*, sehingga H5 diterima. Jadi, setiap indikator per item dari variabel penelitian memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Lama'ah Natusion (2020) hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan dan harga terhadap kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Selain itu penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2020) hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa diskon, kepercayaan secara bersama-

sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.

#### IV. Kesimpulan Penelitian

Hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, harga, diskon, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar, dapat diambil kesimpulan seperti dibawah ini :

- a. Kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- c. Diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- d. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar
- e. Kualitas produk, harga, diskon dan kepercayaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian *online* Maharani Prima *skin care* di Blitar

#### Implikasi

Maharani Prima *skin care* setiap tahunnya selalu memperbaharui kualitas produk dengan komposisi atau kandungan produk yang lebih bagus. Apabila kualitas produk meningkat pastinya harga produk tersebut juga akan meningkan, akan tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa produk yang telah diperbaharui kualitasnya yang lebih bagus ada kecocokan dan ketidak cocokan dengan kulit wajah, bebrapa konsumen lebih cocok dengan komposisi produk yang lama dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dapat berdampak terhadap keputusan pembelian Maharani Prima *skin care*, dimana harga produk akan meningkat dan konsumen juga belum tentu cocok dengan kualitas produk yang baru jadi konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan keputusan pembelian.

Harga yang ditawarkan Maharani Prima *skin care* sangat terjangkau dan lebih murah dibandingkan dengan harga *skin care* sejenisnya yang ada di kota Blitar. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Maharani Prima *skin care* dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman untuk menentukan jual produknya. Hal tersebut dapat berdampak terhadap keputusan pembelian yang semakin melonjak. Sehingga Maharani Prima *skin care* akan terus memiliki konsumen yang tertarik dengan harga yang diberikan.

Diskon adalah salah satu cara Maharani Prima *skin care* untuk menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi pembelian seperti setiap bualannya ada diskon sebesar 20% untuk beberapa produk dan treatment. Dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik terhadap keputusan pembelian di Maharani Prima *skin care* di Blitar.

Maharani Prima *skin care* meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen. Ketika seseorang konsumen sudah mempercayai dan cocok dengan produk yang dijual di Maharani Prima *skin care*, hal tersebut akan berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu mereka akan melakukan pembelian ulang dan membagikan informasi pribadi yang berkaitan dengan produk Maharani Prima *skin care*.

## VI. Keterbatasan

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan itu adalah pendekatan langsung kepada reponden yang akan diteliti tidak dapat menggali informasi lebih dalam kepada responden, karena penyebaran *online* melalui kurir Maharani Prima *skin care* yang disebarkan kepada responden yang melakukan pembelian melalui *online*. Dari sini bisa saja apa yang ingin disampaikan oleh peneliti kepada responden menjadi pemahaman yang berbeda atau tidak seharusnya, bahkan bukan

orang yang tepat untuk mengisi kuesioner tersebut dan bisa saja responden mengisi kuesioner tidak membaca dan memahami pertanyaan secara mendalam. Sehingga berdampak pada hasil penelitian yang masih bias, jadi ketika hasilnya diuji hanya berpengaruh sangat kecil terhadap objek penelitian yang diteliti yaitu keputusan pembelian online Maharani Prima *skin care* di Blitar.

## Saran

Berikut adalah saran untuk perusahaan dan peneliti berikutnya, berdasarkan hasil penelitian, analisis dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diberikan sebagai berikut :

### a. Bagi perusahaan

Kualitas produk merupakan sebuah jaminan bagi perusahaan agar banyak memikat konsumen karena kosumen merasa cocok dengan produk yang digunakan, sehingga konsumen cenderung datang kembali untuk melakukan pembelian produk yang sama dengan harga yang terjangkau, diskon yang diberikan setiap bulannya dan kepercayaan yang sudah ada pada konsumen perlu dipertahankan oleh perusahaan untuk konsumen melakukan keputusan pembelian.

### b. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti mendatang yang ingin mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini sebaiknya menambah variabel lain, karena masih banyak faktor yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* seperti kemudahan, citra merek, tagline, customer review dan variabel sebagainya yang tentunya disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lapangan yang akan diteliti. Sehingga nantinya hasil penelitian yang diperoleh dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian ini.

## Daftar Pustaka

Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek). Depok:Salemba Empat, 2001

- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset, 2008
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). Marketing Manajemen 13e. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 & 2, alih bahasa oleh Bob Sabran : Erlangga.
- Kotler, Philip dkk. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku 3, Terj. Handoyo Prasetyo. Yogyakarta:Penerbit Andi. 2000.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee”. Skripsi. UIN Sunan Ampel:Surabaya. 2019.
- Kalih Purwasih. “Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. IAIN Purwokerto. 2019”
- Mohammad Norpan Dwi. “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. 2018”
- Ardyansyah. “Pengaruh Diskon, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee.2020”