

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN *ONLINE* DI WARDAH *BEAUTY HOUSE***

SKRIPSI



OLEH:

LIA FITRIA FAUZIA

NIM : 112011276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN *ONLINE* DI WARDAH *BEAUTY HOUSE***

Diajukan kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:

LIA FITRIA FAUZIA

NIM : 112011276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama : Lia Fitria Fauzia
NIM : 112011276
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen *Online* di Wardah *Beauty House*.

Menyatakan bahwa berdasarkan hasil proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Cikarang, 7 Juli 2024

Pembimbing



Basar Maringan Hutaaruk S.T.,MM

NIDN: 0403037203

SKRIPSI

***PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
ONLINE DI WARDAH BEAUTY HOUSE***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Lia Fitria Fauzia

112011276

Telah dipertahankan di Dewan Penguji Skripsi pada hari, tanggal, bulan, tahun dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

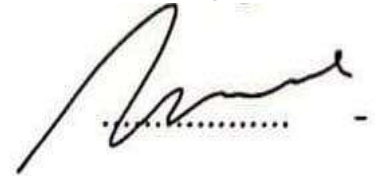
SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Nama : Syahrul Alim.,S.TP.,M.M.,D.B.A

NIDN : 0423037003

Tanda Tangan



Anggota Penguji

Nama : Fifi Hanafia., S.E.,M.M.,D.B.A

NIDN : 0418127703

Tanda Tangan



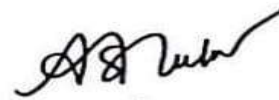
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc.
NIDN. 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti,S.E.,M.M.
NIDN. 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lia Fitria Fauzia

NIM : 112011276

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian – bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 7 Juli 2024



Lia Fitria Fauzia

112011276

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Untuk mendapatkan apa yang Anda sukai, pertama Anda harus bersabar dengan apa yang Anda benci”. (Imam Al Ghazali)

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Allah, *Prove Them Wrong*”

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, laporan skripsi ini saya persembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini, kedua orangtua tercinta yang tanpa lelah memanjatkan doa yang luar biasa untuk anaknya, serta orang-orang yang selalu memberikan support untuk saya. Tak lupa, untuk Kampus tercinta Universitas Pelita Bangsa.

Karya ini peneliti persembahkan untuk :

1. Khususnya untuk Mamah, Bapak, Kakak dan Adik-adik saya yang selalu mendukung dan mendo'akan saya sampai sejauh ini.
2. Sunaryo yang selalu mendukung dalam segala kondisi.
3. Sahabat-sahabat saya Cintia Monika, Riska Kusuma, Rini yang selalu ada untuk saya.

4. Diri sendiri yang selama ini sudah mau berusaha untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai meskipun tidak mudah dan banyak sekali rintangan dan hambatan.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga untuk saya.
6. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan namanya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan ini penulis mengucapkan puji syukur sedalam-dalamnya kepada Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya yang sudah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *ONLINE* DI *WARDAH BEUATY HOUSE*.”**. Dan tidak lupa shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW , yang menjadi suri tauladan yang baik bagi kita semua. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan memperoleh untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat ;

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., S.K.M., M.M., D.B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramdhani RDS., S.E., M.Sc dan Bapak Wachid Hasyim., S.E., M.M., selaku Ketua dan Sekretariat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi ini.
4. Basar Maringan Hutauruk., selaku pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan,

memberikan masukan, sertasi memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, serta membagi ilmu sebagai bekal bagi Penulis.
6. Ibu Een Suhaenah dan Bapak Supiyono orangtua tercinta. Terimakasih tiada terkira atas segala doa, nasehat dan kasih sayang, dukungan dan pengorbanan baik moril dan materil yang telah diberikan selama ini.
7. Kakak Mayang Fuji Asih, Adik Friska Alfarisha Faradhita dan Dhika Febryan yang turut mendukung dan mendo'akan Penulis.
8. Sunaryo, Terima kasih telah banyak membantu Penulis dalam banyak hal, selalu memotivasi dan selalu ada.
9. Sahabat-sahabat Penulis, Cintia Monika, Riska Kusumma dan Rini yang selalu mendukung Penulis.
10. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terimakasih atas saran, dan semangat yang diberikan.
11. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi penulis.
13. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa mendatang.
14. Terakhir, untuk diri sendiri yang telah kuat jiwa dan raga hingga saat ini dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan . Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk penulis dan para pembaca dalam perkembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lia', with a long horizontal stroke extending to the right.

Lia Fitria Fauzia
NIM : 112011276

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	13
2.2.1 Harga Produk	18
2.3.1 Kualitas pelayanan	23
2.4.1 Minat Beli Konsumen	28
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	32
2.3.1 Hipotesis	32
2.3.2 Model Hipotesis	36
BAB III METODEEE PENELITIAN	37
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	37
3.1.1 Jenis Penelitian.....	37
3.1.2 Desain Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.2.1 Definisi Variabel	38
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43

3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Sumber Data dan Pengambilan Sampel	45
3.5.1 Sumber Data.....	45
3.5.2 Data Primer	45
3.6 Rencana Analisa dan Uji Hipotesis	46
3.6.1 Rencana Analisis	46
3.6.2 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN	47
4.1 Analisa Data Penelitian	47
4.1.1 Karakteristik Responden	47
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.2 PEMBAHASAN	60
4.2.1 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Online	60
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Online	60
4.2.3 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Minat Beli Online	61
4.2.4 Pengaruh Strategi Pemasaran, Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Beli Online.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	48
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	48
Tabel 4. 4 Uji Validitas.....	49
Tabel 4. 5 Uji Validitas X2.....	51
Tabel 4. 6 Uji Validitas X3.....	52
Tabel 4. 7 Uji Validitas Y	53
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas X1.....	55
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas X2.....	55
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas X3.....	55
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Y	56
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 13 Uji Linieritas	57
Tabel 4. 14 Uji t	58
Tabel 4. 15 Uji F	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	69
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner.....	72
Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas	91
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda.....	97
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	98

THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY, PRICE AND SERVICE ON ONLINE CONSUMER BUYING INTEREST AT WARDAH BEAUTY HOUSE

Lia Fitria Fauzia¹

Basar Maringan Hutauruk²

ABSTRACT

Marketing strategy is very influential on purchasing decisions because it can provide a sense of trust, certainty and comfort in determining product choices. Price has a very important meaning in determining purchasing decisions and can create a sense of interest in consumers. This research aims to find out and analyze the influence and relationship between Marketing Strategy, Price and Service Quality on Wardah Beauty House Online Purchase Interest. This research is a type of quantitative research using a questionnaire method. The data collection techniques used in this research are questionnaires, observation and documentation to obtain data about marketing strategies (X1), prices (x2) and service quality (x3) as well as online buying interest (Y). The results show that the halal brand and promotion variables have a positive and significant effect on online purchasing interest at Wardah Beauty House. This is based on the results of the Fcount test, namely $111.006 > F_{table} 3.101$. The results of the t test are tcount for the marketing strategy variable, namely 1.638, tcount for the price variable, namely 3.997, tcount for the service variable, namely 1.573, where $> t_{table}$, namely 1.662. Based on the results of multiple linear regression analysis which has a positive or unidirectional regression coefficient value, it can be interpreted that the better the marketing strategy, price and quality of service provided, the greater the interest in buying online. Increased interest in buying online can provide added value in sales and of course increase turnover from sales. The increase in purchasing decisions is of course supported by marketing strategies, prices and service quality. Where these three variables have positive values and are in the same direction and must be carried out simultaneously and periodically to influence consumers in determining their interest in buying online.

Keywords: *Marketing Strategy, Price, Service Quality, Interest in Buying Online*

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *ONLINE* DI *WARDAH
BEUATY HOUSE***

Lia Fitria Fauzia¹

Basar Maringan Hutaaruk²

ABSTRAK

Strategi Pemasaran sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena dapat memberikan rasa percaya, kepastian dan kenyamanan dalam menentukan pilihan produk. Harga memiliki arti yang sangat penting guna menentukan keputusan pembelian dan dapat menimbulkan rasa tertarik dalam diri konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana pengaruh dan hubungan antara Strategi Pemasaran, Harga dan Kualitas Kualitas pelayanan Terhadap Minat Beli Online Wardah Beauty House. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode angket atau kuesioner. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah kuesioner, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data tentang strategi pemasaran (X1), harga (x2) dan kualitas kualitas pelayanan (x3) serta minat beli online (Y). Hasil menunjukkan bahwa variabel brand halal dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online wardah beauty house. Hal ini berdasarkan hasil uji F_{hitung} yaitu $111,006 > F_{tabel}$ 3,101. Hasil Uji t yaitu t_{hitung} untuk variabel strategi pemasaran yaitu 1,670, t_{hitung} untuk variabel harga yaitu 3,997, t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan yaitu 1,672 dimana $> t_{tabel}$ yaitu 1,662. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang mempunyai nilai koefisien regresi positif atau searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik startegi pemasaran, harga dan kulalitas kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan minat beli online. Minat beli online yang meningkat dapat memberikan nilai tambah dalam penjualan dan tentunya meningkatkan omzet hasil dari penjualan. Meningkatnya suatu keputusan pembelian tentunya didukung dengan adanya strategi pemasaran, harga dan kualitas kualitas pelayanan. Dimana ketiga variabel tersebut mempunyai nilai positif dan searah serta harus dilakukan secara beriringan dan berkala guna mempengaruhi konsumen dalam menentukan minat beli online.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Harga, Kualitas pelayanan, Minat Beli Online