

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HERBALIFE**

**(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI
CIGANJUR JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

**Ardiana Novita Sari
2117700079**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE

**(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI CIGANJUR
JAKARTA SELATAN)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 2 September 2020



Ardiana Novita Sari

NPM : 21177000079

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

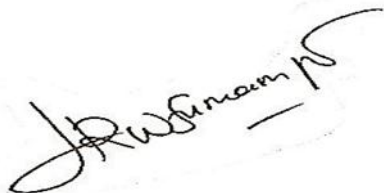
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE

**(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI CIGANJUR
JAKARTA SELATAN)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 2 September 2020

Pembimbing,



Ruland Willy Jack Sumampouw SE.,M.Si..

Kepala Program Studi S-1
Manajemen



Drs. Sumitro, MSc




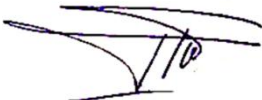
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE
(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI CIGANJUR
JAKARTA SELATAN)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 02 September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Karya ilmiah

1.  ; Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si
(Pembimbing)
3.  ; Gatot Prabantoro, SE., MM
(Anggota Penguji)
4.  ; Asep Saefurahman, SE., M.Si
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM dan Bapak Asep Saefurahman, SE., M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak Rumah Sehat Nutrisi Club yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua Orang Tua Winardi dan Larasati serta adik Sentanu Wijaya dan Padeh Sugeng yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Iip Effendi sebagai atasan saya di kantor, yang selalu memberikan motivasi dan supportnya kepada saya.

10. Untuk Riana, Sandra, dan Hesti yang sudah setia menemani dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini serta memberikan semangat dan masukan kepada penulis, serta Fahmi yang sudah sabar membantu dan mengajarkan ilmu SPSS terhadap penulis.
11. Untuk sahabat-sahabat dan teman-teman yang sudah memberikan banyak masukan kepada penulis dan selalu sabar mendengarkan keluh kesah dan curahan hati.
12. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian karya ilmiah ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 2 September 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ardiana Novita Sari', enclosed within a hand-drawn circle.

Ardiana Novita Sari

NPM 21177000079

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardiana Novita Sari
NPM : 21177000079
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE

**(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI CIGANJUR
JAKARTA SELATAN)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 September 2020

Yang menyatakan,



Ardiana Novita Sari

Ardiana Novita Sari
NPM : 21177000079
M.Si.
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ruland Willy Jack Sumampouw, SE.,
M.Si.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HERBALIFE**

**(STUDI KASUS PADA TIGA RUMAH NUTRISI DI CIGANJUR
JAKARTA SELATAN)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk Herbalife (studi kasus pada tiga rumah nutrisi di ciganjur jakarta selatan).

Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan adalah 100 orang sampel. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS.

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 61,5% ; secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 10,8% ; secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan sikap konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 2,3% serta secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, persepsi harga, dan sikap konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan dan kontribusi pengaruh kualitas produk, harga, dan sikap konsumen terhadap Keputusan Pembelian 74,1%.

Secara umum disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk, harga, dan sikap konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife di Tiga Rumah Sehat Nutrisi Club Ciganjur Jakarta Selatan.

***Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Sikap Konsumen,
Keputusan Pembelian.***

Ardiana Novita Sari

Lecturer :

NPM : 21177000079

Ruland Willy Jack Sumampouw, SE.,M.Si.

Programme Study S-1 Management

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND
CONSUMER ATTITUDE TOWARDS HERBALIFE PRODUCT
PURCHASE DECISION
(CASE STUDY IN THREE NUTRITIONAL HOUSES IN CIGANJUR
SOUTH JAKARTA)***

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, and consumer attitudes on purchasing decisions for Herbalife products (a case study of three nutrition houses in Ciganjur, South Jakarta).

The research method used is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. The population in this study were all consumers in the Three Healthy Homes Nutrition Club Ciganjur, South Jakarta. The sample used was 100 samples. The analysis tool used is SPSS.

Based on the results and discussion, it shows that partially there is a significant effect on product quality on the decision to purchase Herbalife products at the Three Healthy Homes for Nutrition Club Ciganjur, South Jakarta on Purchasing Decisions by 61.5%; partially, there is a significant effect of price on the decision to purchase Herbalife products at the Three Healthy Home Nutrition Club Ciganjur, South Jakarta on the purchase decision of 10.8%; partially, there was an insignificant influence of consumer attitudes on the Purchase Decision of Herbalife Products in Three Healthy Homes Nutrition Club Ciganjur, South Jakarta on the Purchasing Decision of 2.3%, and simultaneously there was a significant influence on product quality, price perception, and consumer attitudes towards the Product Purchase Decision Herbalife at Tiga Rumah Sehat Nutrition Club Ciganjur, South Jakarta and the contribution of the influence of product quality, price perception, and consumer attitudes towards Purchasing Decisions is 74.1%.

In general, it is concluded that there is a positive influence on product quality, price, and consumer attitudes towards the decision to purchase Herbalife products at Three houses Club Ciganjur, South Jakarta.

***Keywords: Product Quality, Price, Consumer Attitude,
Buying decision.***

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3. Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.2.4. Produk	15
2.2.5. Kualitas Produk	16
2.2.6. Perspektif Kualitas Produk.....	17

2.2.7. Dimensi Dan Indikator Kualitas Produk	18
2.2.8. Definisi Harga	19
2.2.9. Strategi Penetapan Harga	19
2.2.10. Indikator Harga	21
2.2.11. Sikap Konsumen	22
2.2.12. Karakteristik Sikap	23
2.2.13. Tingkatan Sikap	24
2.2.14. Indikator Sikap Konsumen	25
2.2.15. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	26
2.2.16. Struktur Keputusan Pembelian	26
2.2.17. Proses Keputusan Pembelian	27
2.2.18. Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen	28
2.2.19. Indikator Keputusan Pembelian	29
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	31
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.3. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	32
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1. Strategi Penelitian	34
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi penelitian	34
3.2.2. Sampel Penelitian	34
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	35

3.4. Operasional Variabel.....	36
3.4.1. Variabel Terikat (Dependent = Y)	37
3.4.2. Variabel Bebas (Independent = X).....	37
3.5. Metoda Analisis Data	39
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	39
3.5.2. Metoda penyajian data	39
3.5.3. Intrumen Penelitian	39
3.5.4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.5.5. Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1. Sejarah Singkat Herbalife.....	45
4.1.2. Kantor Herbalife.....	46
4.1.3. Visi, Misi, Dan Etika Kami	47
4.1.4. Produk Perusahaan	47
4.1.5. Nutrition Club atau Rumah Nutrisi	48
4.2. Deskripsi Responden.....	49
4.3. Deskripsi Data	51
4.4. Hasil Pengujian Istrumen Penelitian.....	54
4.5. Analisis Statistik Data	59
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	59
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Uji R^2).....	61
4.5.3. Uji Hipotesis.....	62
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	67
BAB V	68

SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran	69
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR REFERENSI	71
KUESIONER MENGENAI DATA DIRI PRIBADI	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Index menurut merk pada tahun 2019 dan 2020	3
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	38
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	49
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Membeli.....	51
Nutrisi Herbalife.....	51
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Herbalife Nutrition.....	51
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X ₁)	54
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X ₁)	55
Tabel 4.7. Validitas Instrument Per butir Untuk Harga (X ₂)	56
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X ₂).....	56
Tabel 4.9. Validitas Instrument Per butir Untuk Sikap (X ₃)	57
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Sikap (X ₃).....	57
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Instrument	59
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk (X ₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y).	59
Tabel 4.15. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Parsial Harga(X ₂) terhadap Keputusan Pembelian(Y)	60

Tabel 4.16. Hasil Uji Analisis koefisien Determinasi Parsial Sikap(X_3) terhadap Keputusan Pembelian(Y)	61
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Berganda	62
Tabel 4.18. Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.19. Kesimpulan Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.20. Hasil Simultan Uji F	65
Tabel 4.21. Kesimpulan Hasil Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 4.1. Logo Herbalife Sumber: Herbalife, 2020	46
Gambar 4.2. Macam-macam produk Herbalife (Sumber: Herbalife, 2020)	47
Gambar 4.3. Macam-macam Rumah sehat Nc (Sumber: Herbalife, 2020).....	49
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	52
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Harga	53
Gambar 4.6. Diagram Skala Likert Variabel Sikap	53
Gambar 4.7. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2. Tabulasi Skor Kualitas Produk (X1)	80
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Harga (X2)	83
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Sikap (X3)	86
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	92
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	93
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (X3)	94
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	95
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	96
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)	97
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap (X3)	98
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	99
Lampiran 14. Data Deskriptif.....	100
Lampiran 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y).....	101
Lampiran 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Variabel Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	102
Lampiran 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial Variabel Sikap (X3) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	103
Lampiran 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi berganda, Uji Hipotesis Uji T, Uji F	104