

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Hanasui (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Lancang Kuning)

Tessa Susilowati

Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru
E-mail : muhammadbaihaki3@gmail.com

diterima: 17/8/2025; direvisi: 10/9/2025; diterbitkan: 31/10/2025

Abstract: *This research intends to investigate how product quality and pricing affect the buying choices of female students regarding Hanasui lip cream at Lancang Kuning University. A quantitative research method was applied, utilizing a purposive sampling technique, and included 130 participants. Data were gathered using surveys and evaluated with SPSS version 25. The testing of data involved classical assumptions (validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test) along with multiple linear regression analysis (t test, F test, and the coefficient of determination R²). The findings indicate that product quality (X1) positively impacts purchasing decisions (Y) with a value of 0.179, or 17.9%, which shows a significant effect; thus, H1 is confirmed. The partial analysis reveals that pricing (X2) significantly impacts purchasing decisions (Y) with a value of 0.468, or 46.8%, leading to the acceptance of H2. Furthermore, the results demonstrate that both product quality and pricing jointly have a substantial effect on the buying decisions of female students at Lancang Kuning University, with a significance level of 0.000.*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decision*

PENDAHULUAN

Meningkatnya perkembangan kosmetik di Indonesia terutama pada gen Z yang tumbuh dewasa dengan kesadaran tinggi akan kebutuhan kosmetik. Penggunaan kosmetik sudah menjadi salah satu kebutuhan para wanita akan kecantikan sekaligus menjadi sarana bagi wanita untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di masyarakat.

Menjadi cantik dan menawan merupakan dambaan setiap orang terutama para wanita. Apapun dilakukan agar tetap menarik dan cantik, termasuk salah satunya dengan kosmetik. Dengan adanya fenomena ini maka munculah berbagai macam industri kosmetik. Dengan adanya fenomena tersebut maka munculah berbagai macam industri kosmetik yang mengeluarkan berbagai jenis kosmetik, salah satunya yaitu kosmetik bibir. Kosmetik bibir adalah salah satu hal yang sangat dibutuhkan penting bagi wanita. Produk kecantikan

bibir dari brand lokal yang beredar luas dikalangan mahasiswi Universitas Lancang Kuning adalah produk lip cream Hanasui. Produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi cara bagi pelanggan untuk memperjelas identitas sosial mereka di mata masyarakat. Karena mampu menutupi garis bibir yang gelap dan mempercantik bibir, merek kosmetik ini sangat disukai oleh remaja dan dewasa.

Untuk menjamin keamanan dan kehalalannya, produk ini telah bersertifikat halal dan terdaftar di BPOM. Lip cream Hanasui memiliki tiga produk Lip Cream adalah, Hanqasui Matteoderable Lip Cream, Hanasui Mattedorable edisi matcha latte, dan Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition. Untuk memberikan gambaran tentang produk lip cream dan harganya, penulis memberikan gambaran harga dipasaran e-commerce. Berikut daftar harga

produk-produk lip cream yang terlaris di e-commerce, yaitu:

Tabel 1 Daftar Harga Produk-Produk Lip Cream

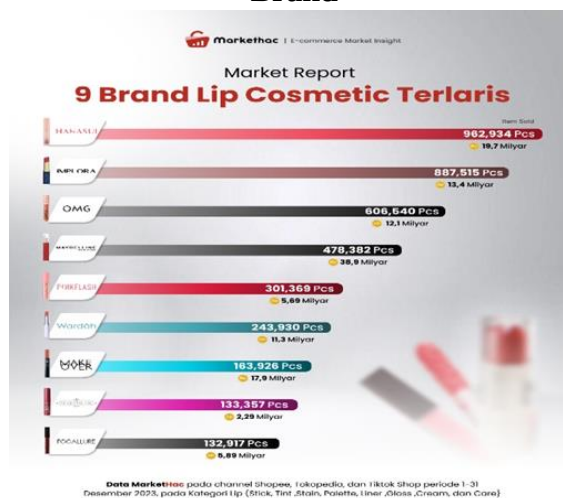
Nama Produk Lip Cream	Berat Produk	Harga produk
Hanasui	30 gram	Rp 28.900
Implora	2,7 gram	Rp 19.900
OMG	3,5 gram	Rp 22.900
Maybelline New York	5 ml	Rp 78.000
PinkFlash	3,4 gram	Rp 29.900
Wardah	4 gram	Rp 66.445
Make Over	6,5 gram	Rp 99.484
Madam Gie	4 gram	Rp 47.900
Focallure	2 gram	Rp 37.900

Sumber: Peneliti

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa produk Hanasui berada pada peringkat pertama, dengan berat produk 30 gram dan memiliki harga Rp 28.900 menurut sumber data harga dari official store Hanasui. Dan selanjutnya produk focallure berada pada peringkat terakhir, dengan berat produk 2 gram dan memiliki harga Rp 37.000 menurut sumber data harga dari official store focallure.

Adapaun produk lip cream yang paling mahal adalah make over dan Maybelline new york dengan harga berkisaran Rp 99.484 dan Rp 78.000. selain Hanasui tentunya terdapat banyak brand untuk produk kosmetik lip cream, hal tersebut memacu persaingan dalam penjualan. Pada gambar berikut ini, terdapat 9 brand yang 3 diantaranya termasuk ke dalam Top Brand, yaitu:

Gambar 1 Daftar 9 Brand Yang 3 Diantaranya Termasuk Ke Dalam Top Brand



Sumber: Markethac.id

Berdasarkan data markethac.id pada gambar diatas, pada periode 1-31 desember 2023 menempatkan Hanasui di urutan pertama dalam hal penjualan produk kecantikan terbanyak mencapai 962,934 produk yang terlaris pada penjualan di platfrom shopee, Tokopedia, dan tiktokshop. Untuk di urutan ke 2 dan ke 3 ditempati oleh implora dan OMG, masing-masing mencatatkan penjualan sebanyak 887,515 produk dan 606,540 produk. Kemudia disusul maybelline new york dengan penjualan 478,383 produk, pinkflash dengan penjualan 301,369 produk, wardah dengan penjualan 243,930, make over dengan penjualan 163,926, madam gie dengan penjualan 133,357, dan focallure dengan penjualan 132,917.

Hal ini menimbulkan rasa ketertarikan penulis untuk mengetahui faktor kesuksesan produk Hanasui di pasar produk lip cream tersebut. Saat ini produk lip cream Hanasui banyak direkomendasikan oleh influencer di Indonesia melalui media sosial sehingga menarik keputusan pembelian konsumen terutama pada keputusan pembelian mahasiswi Universitas Lancang Kuning untuk membeli produk Hanasui.

Gambar 2 Perbandingan Penjualan Produk Hanasui



Sumber: markethac.id

Berdasarkan data markethac.id yang merangkum perbandingan penjualan produk Hanasui di e-commerce pada periode 1-31 desember 2023 dalam kategori brand yang paling sering dibeli melalui e-commerce dengan total penjualan produk Hanasui di shopee menghasilkan pendapatan sebesar Rp 213,5 milyar rupiah. Sedangkan penjualan di tiktoshop menghasilkan pendapatan sebesar Rp 14,4 milyar rupiah dan penjualan di tokopedia menghasilkan pendapatan sebesar Rp 6,64 milyar rupiah. Berdasarkan pendapat Kotler dan Armstrong dalam Hulu et al (2022;106), Kualitas produk adalah Ketika produk memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen secara fisik dan psikologis, dan konsumen dapat melihat kualitas produk yang di inginkan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen

Manajemen merupakan sebuah proses teratur dalam melaksanakan aktivitas dengan memanfaatkan empat fungsi manajerial, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pendorong, dan pengendalian. George R Terry dalam Souvya Fithrie dan Idel Waldelmi (2020;3).

B. Manajemen Pemasaran

Menurut Tjiptono dalam nasution dan Aslami (2022;27) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan ide untuk harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran denganh kelompok sasaran dengan memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah metode yang menggunakan data yang telah dikumpulkan melalui angket, kemudian disusun dalam bentuk tabel dengan frekuensi dan persentase.

Populasi dan Sampel

Dalam studi ini, populasi yang diteliti meliputi semua pelanggan wanita di Universitas Lancang Kuning yang menggunakan produk lip cream Hanasui yang tidak diketahui jumlahnya sehingga metode yang dipergunakan artinya *non-probability sampling*.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam metode pengambilan sampel *purposive sampling*, peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Analisis Data

Analisis yang dipergunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis naratif bisa dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya dan dianalisis sehingga diperoleh ilustrasi yang sebenarnya tentang syarat perusahaan dan problem yang sedang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan supaya memahami seberapa kuat kaitan dengan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian, dengan variabel independent, yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2), dan buat melihat arah kolerasi pada antara variabel-variabel tadi. Adapaun contoh regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali 2018):

Tabel 2 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,257	1,219		4,312	0,000
X1	0,179	0,075	0,224	2,398	0,018
X2	0,468	0,097	0,453	4,845	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan Penelitian

Merujuk tabel diatas maka dapat diartikan menjadi berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

$$Y = 5,257 + 0,179 (X_1) + 0,468 (X_2) + e$$

Liputan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Pembelian

X2 = Harga

A = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi e = Kesalahan (disturbance's error)

Sesuai persamaan regresi linier berganda diatas, bisa diberitahukan yaitu:

1. Nilai konstan yang diperoleh adalah 5,257 yang dimaksud apabila variabel independent berjumlah 0 (konstan), sehingga variabel dependen akan bermakna positif 5,257.
2. Koefisien regresi guna variabel kualitas produk (X1) yaitu 0,179, yang membagikan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) meningkat sebesar 1 poin serta maka variabel keputusan pembelian (Y) pula akan meningkat sebanyak 0,179.
3. Koefisien regresi buat variabel harga (X2) artinya 0,468 yang membagikan variabel harga (X2) meningkat sebanyak 1 poin serta maka variabel keputusan pembelian (Y) juga akan meningkat sebanyak 0,468

Uji T

Uji digunakan buat mengetahui efek masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent:

Tabel 3 Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,257	1,219		4,312	0,000
X1	0,179	0,075	0,224	2,398	0,018
X2	0,468	0,097	0,453	4,845	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan Penelitian

Sesuai tabel diatas, maka bisa dilakukan pengujian hipotesis yaitu:

1. Variabel kualitas produk
Berdasarkan uji t diatas, dapat diketahui bahwa jumlah t hitung bernilai 2,398 dengan taraf signifikansi 0,018 sementara t tabel bernilai 1.97882. Karena t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi < 0,05 maka H1 disetujui. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas produk maka akan berdampak pada

peningkatan terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

2. Variabel harga

Berdasarkan tabel uji t diatas, dapat diketahui jumlah t hitung sejumlah 4,845 melalui taraf signifikansi 0,000 sementara t tabel sejumlah 1.97882. Sebab t hitung $>$ t tabel serta taraf signifikansi $<$ 0,05 maka H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa biaya berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang ialah jika terjadi peningkatan pada variabel harga akan berdampak pada peningkatan terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

Uji F

Uji statistik F adalah suatu uji hipotesis dalam statistika yang dipakai dalam memperlihatkan apakah semua variabel independent atau bebas dengan cara serempak berdampak dengan signifikan untuk variabel terikat atau dependen:

Tabel 4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409,995	2	204,997	40,966	.000 ^b
	Residual	635,513	127	5,004		
	Total	1045,508	129			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Olahan penelitian

Menurut tabel diatas, nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 adalah kualitas produk serta harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan buat mengetahui pengaruh kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian lip cream Hanasui (studi kasus mahasiswi Universitas Lancang Kuning). Berdasarkan analisis serta pembahasan

yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian lip cream Hanasui (studi kasus mahasiswi Universitas Lancang Kuning).
2. Penelitain memperlihatkan jika biaya berdampak untuk keputusan pembelian lip cream Hanasui (studi kasus mahasiswi Universitas Lancang Kuning).
3. Selain itu, penelitian ini menyatakan bahwa baik kualitas produk maupun harga secara bersama-sama mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lip cream Hanasui (studi kasus mahasiswi Universitas Lancang Kuning).

Saran

Atas dasar hasil penjelasan yaitu didapatkan pada observasi berikut ini. Sehingga rekomendasi yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Indikator terendah variabel kualitas produk adalah “Tekstur dan kenyamanan lip cream Hanasui lebih baik dibandingkan lip cream merek lain yang pernah saya coba”. Oleh karena itu, disarankan agar pihak produsen untuk terus melakukan inovasi pada formula agar hasilnya semakin ringan, tidak lengket, dan nyaman saat digunakan. Pengembangan varian dengan kandungan pelembab tambahan juga bisa menjadi nilai tambahan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan mampu bersaing dengan lebel lain.
2. Indikator terendah variabel harga adalah “Harga lip cream Hanasui terjangkau untuk semua kalangan”. Oleh karena itu, disarankan agar produsen perlu mengevaluasi persepsi konsumen terhadap harga, memperkuat nilai yang ditawarkan, serta meningkatkan strategi komunikasi yang lebih relevan dan menarik.

3. Indikator terendah variabel keputusan pembelian adalah “Lip cream Hanasui memberikan kenyamanan yang saya butuhkan saat digunakan sehari-hari”. Oleh karena itu, disarankan agar produsen meningkatkan kenyamanan dalam penggunaan lip cream sehari-hari dengan memperbaiki formula, tekstur, dan pengalaman pengguna secara langsung. Sehingga konsumen merasa lebih yakin dan puas dalam mengambil keputusan pembelian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan buat menambah variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, harga, citra merek, atau *word of mouth*, supaya dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang sikap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran. Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management, 2(1), 21-35.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM.
- Hulu, E., MENDROFA, Y., & KAKISINA, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. Jurnal Ilmiah Simantek, 6(4), 106-115.
- Souvya Fithrie & Idel waldelmi, 2020. Pengantar Manajemen. Pekanbaru, Unilak Press.