

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HAND SOAP CAIR DETTOL*
DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

JUWITA SARI

01011482023010

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2023**

ASLI
1/25

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HAND SOAP CAIR DETTOL*
DI KOTA PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Juwita Sari
NIM : 01011482023010
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing
Ketua



Tanggal : 13 Desember 2022

Hj. Nofiaawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

Anggota



Tanggal : 13 Desember 2022

Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.
NIP. 197407102008011011

ASLI
14/23

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND SOAP CAIR DETTOL DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Juwita Sari
NIM : 01011482023010
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 04 Januari 2023 dan telah memenuhi syarat untuk di terima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 04 Januari 2023

Ketua

Nofiaty
Hj. Nofiaty, S.E., M.M.

NIP. 196911081994012001

Anggota

Pengaji

Uwi
Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.

NIP. 197407102008011011

Rozmat
Iisnawati, S.E., M.Si.

NIP. 1671045508820010

Mengetahui,
Kepala Jurusan Manajemen

M. Andriana
Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juwita Sari
NIM : 01011482023010
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Soap* Cair
Dettol Di Kota Palembang**

Pembimbing :

Ketua : Hj. Nofia Waty, S.E., M.M
Anggota : Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.

Tanggal Ujian : 04 Januari 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 04 Januari 2023



NIM 01011482023010

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“THE FUTURE STARTS TODAY, NOT TOMORROW”

- POPE JHON PAUL II -

Skripsi ini saya persembahkan
kepada :

Diri saya sendiri

Kedua orang Tua

Sahabat

Teman Seperjuangan Angkatan 2020

Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Soap* Cair Dettol Di Kota Palembang. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan masih jauh belum sempurna oleh karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis dapatkan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis memohon maaf atas segala kekurangannya. Maka dari itu, penulis berharap skripsi yang telah dibuat dapat memberikan manfaat bagi pengguna dan pembaca.

Demikian skripsi ini dibuat. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 04 januari 2023
Penulis,



Juwita Sari

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah segala puji syukur kepada allah SWT yang senantiasa membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, Ph.D sebagai Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Kemas Muhammad Husni Thamrin, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Nofiaawaty, S.E., M.M dan Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan motivasi, waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing serta memberikan masukan ilmu dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Iisnawati, S.E., M.Si selaku dosen pengujicandi skripsi yang telah bersedia memberikan masukan, arahan dan telah meluangkan waktu kepada penulis khususnya dalam perbaikan penulisan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terimakasih atas segala ilmu dan dedikasinya yang telah diberikan kepada penulis selama

masa perkuliahan dan seluruh staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Terkhusus kedua orangtuaku dan kakak perempuanku Ira Audina Pratiwi, S.Pd., M.Pd. terimakasih atas dukungan dan doa yang tiada hentinya diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
9. Terimakasih atas bantuannya kepada semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

Palembang, 04 Januari 2023



Juwita Sari

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 14/23
NAMA : ...

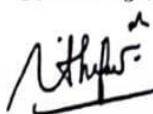
ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HAND SOAP CAIR DETTOL*
DI KOTA PALEMBANG

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk yang terdiri dari *performance, feature, durability, aesthetic* dan *perceived quality* terhadap keputusan pembelian *hand soap* cair Dettol di kota Palembang. Ruang lingkup penelitian hanya membahas pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *hand soap* cair Dettol. Rancangan penelitian ini adalah bersifat asosiatif kausal yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu kualitas produk dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarluaskan dengan *google form*. Metode pengambilan sampel bersifat tidak acak (*non-probability sampling*) dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil pengujian empiris, pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara simultan dapat diterima dengan pengaruh signifikan sebesar 84,2%. Sementara variabel *performance, feature, durability, aesthetic* dan *perceived quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

Pembimbing I,



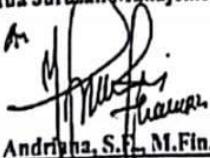
Hj. Nofiaawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

Pembimbing II,



Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen


Isni Andriyana, S.E., M.Fin., Ph.D.
NIP. 197509011990032001

ACLI
Jurnal Sosial
16/13

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF DETTOL LIQUID HAND SOAP IN PALEMBANG

This research was conducted to determine the amount of the effect of product quality consisting of performance, feature, durability, aesthetic and perceived quality on the decision to purchase Dettol liquid hand soap in Palembang. The scope of the research only discussed the effect of product quality on purchasing decisions on Dettol liquid hand soap. The research design was causal associative which consisted of the independent variable (X), namely product quality and the dependent variable (Y), namely purchasing decision. The data used was primary data. The data collection method used in this research was through a questionnaire that was distributed using the Google form. The sampling method was not random (non-probability sampling) with a purposive sampling technique with a total sample of 100 respondents. Based on the results of empirical testing, the effect of the product quality variable (X) on the purchasing decisions variable (Y) simultaneously can be accepted with a significant effect of 84.2%. While the variables of performance, feature, durability, aesthetic and perceived quality partially have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision

Advisor I,

Hj. Nofiaawaty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001

Advisor II,

Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.
NIP. 197407102008011011

Chairman of The Management Department

Ismi Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

ASLI
1/23

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama : Juwita Sari

NIM : 01011482023010

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi :

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Soap Cair*

Dettol Di Kota Palembang

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua

Anggota


Hj. Nofia Waty, S.E., M.M.
NIP. 196911081994012001


Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.
NIP. 198802282019032018

RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Mahasiswa	: Juwita Sari	
Jenis Kelamin	: Perempuan	
Tempat/Tanggal Lahir	: Palembang, 23 Juni 1999	
Agama	: Islam	
Status	: Belum Menikah	
Alamat Rumah	: Komp. Dosen Unsri Blok A.80 Rt.63 Rw.17 Bukit Lama Palembang	
No Hp	: 081274744112	
Alamat E-mail	: juwitasari1122@yahoo.com	

Latar Belakang Pendidikan

2005 - 2011	: SD Negeri 06 Palembang
2011 - 2014	: SMP Negeri 18 Palembang
2014 - 2017	: SMA Negeri 10 Palembang
2017 - 2020	: D3 Kesekretariatan Universitas Sriwijaya
2020-2023	: S1 Manajemen Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBERAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	x
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kualitas Produk	10
2.1.2. Keputusan Pembelian	11
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3. Metode Penelitian	23
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	23
3.2. Rancangan Penelitian	23
3.3. Jenis Dan Sumber Data	23
3.3.1. Jenis Data	23
3.3.2 Sumber Data	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Populasi Dan Sampel.....	24
3.5.1. Populasi	24
3.5.2. Sampel	24
3.6. Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1. Uji Instrumen	26
3.6.1.1. Uji Validitas	26
3.6.1.2. Uji Reliabilitas	26
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	27
3.6.2.2. Uji Multikolonieritas.....	27
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas	28
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3.6.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	29
3.6.5. Uji Hipotesis	30
3.6.5.1. Uji F (Simultan)	30
3.6.5.2. Uji T (Uji Parsial)	30
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.7.1. Definisi Operasional	31
3.7.2. Pengukuran Variabel	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	35
4.1.1.1. Jenis Kelamin Responden	35

4.1.1.2. Usia Responden.....	36
4.1.1.3. Pekerjaan Responden	36
4.1.1.4. Penghasilan Perbulan Responden	37
4.1.1.5. Sumber Mengetahui Produk.....	38
4.1.1.6. Jumlah Pembelian Produk.....	39
4.1.2 Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian	40
4.1.2.1.Gambaran Dimensi <i>Performance</i> (X1)	40
4.1.2.2. Gambaran Dimensi <i>Feature</i> (X2)	42
4.1.2.3. Gambaran Dimensi <i>Durability</i> (X3)	44
4.1.2.4. Gambaran Dimensi <i>Aesthetic</i> (X4)	45
4.1.2.5. Gambaran Dimensi <i>Perceived Quality</i> (X5).....	47
4.1.2.5. Gambaran Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.1.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian	51
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	51
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1. Uji Normalitas	53
4.1.4.2. Uji Multikolonieritas.....	54
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.1.5. Hasil Analisis Data.....	56
4.1.5.1. Uji F (Simultan)	56
4.1.5.2. Uji t (Parsial)	56
4.1.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.1.5.4. Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.2. Pembahasan.....	61
4.2.1. Uji Simultan	61
4.2.2. Uji Parsial.....	62
4.2.2.1. <i>Performance</i> (X1)	62
4.2.2.2. <i>Feature</i> (X2)	63
4.2.2.3. <i>Durability</i> (X3).....	64
4.2.2.4. <i>Aesthetic</i> (X4)	65

4.2.2.5. <i>Perceived Quality</i> (X5)	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index Hand Soap</i> Cair	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	33
Tabel 3.3 <i>Total Score Respondent</i> (TCR)	34
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	36
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penghasilan Perbulan Responden	38
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Sumber Mengetahui Produk	38
Tabel 4.6 Distribusi Frekunesi Jumlah Pembelian Produk	39
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pemakaian Terakhir Produk	40
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Performance</i> (X1)	41
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Feature</i> (X2).....	42
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Durability</i> (X3).....	44
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Aesthetic</i> (X4).....	46
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Perceived Quality</i> (X5).....	47
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	57
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	58
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Total Perkembangan Kasus COVID-19.....	1
Gambar 1.2 : Perkembangan Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional (%,yoy).....	2
Gambar 1.3 : % Peningkatan Pembelian Produk pada Masa Pandemi	3
Gambar 2.1 : Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	16
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

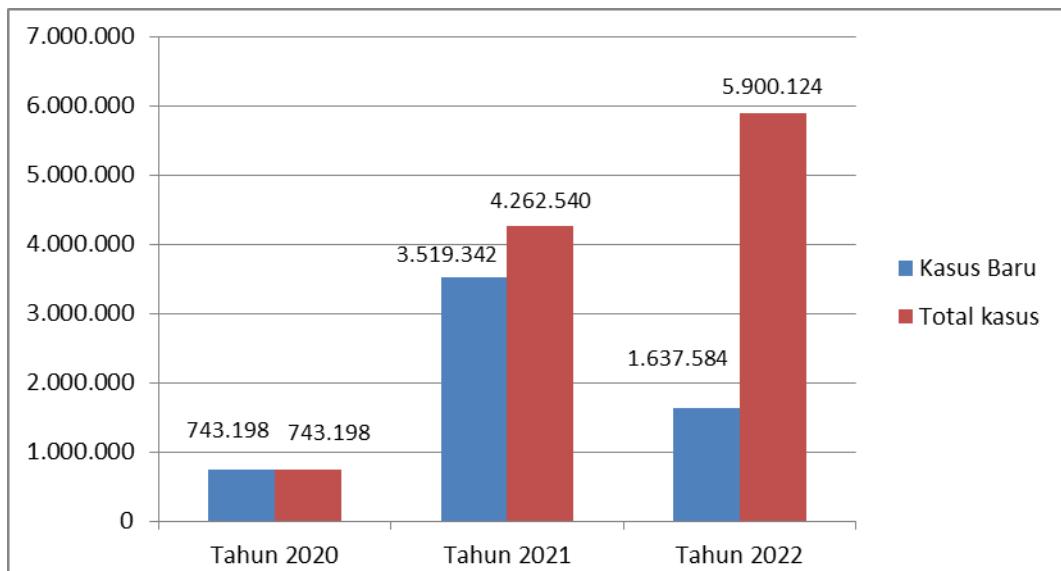
Lampiran Kuesioner Pra Survey	80
Lampiran Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran Hasil Uji SPSS.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Wabah COVID-19 di Indonesia telah berlangsung 2 tahun lamanya yaitu sejak awal tahun 2020 hingga tahun 2022 dan masih berlangsung sampai dengan saat ini. Perkembangan kasus COVID-19 terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari awal kemunculannya di tahun 2020. Adapun grafik perkembangan COVID-19 di Indonesia sampai tahun 2022 bisa dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini:



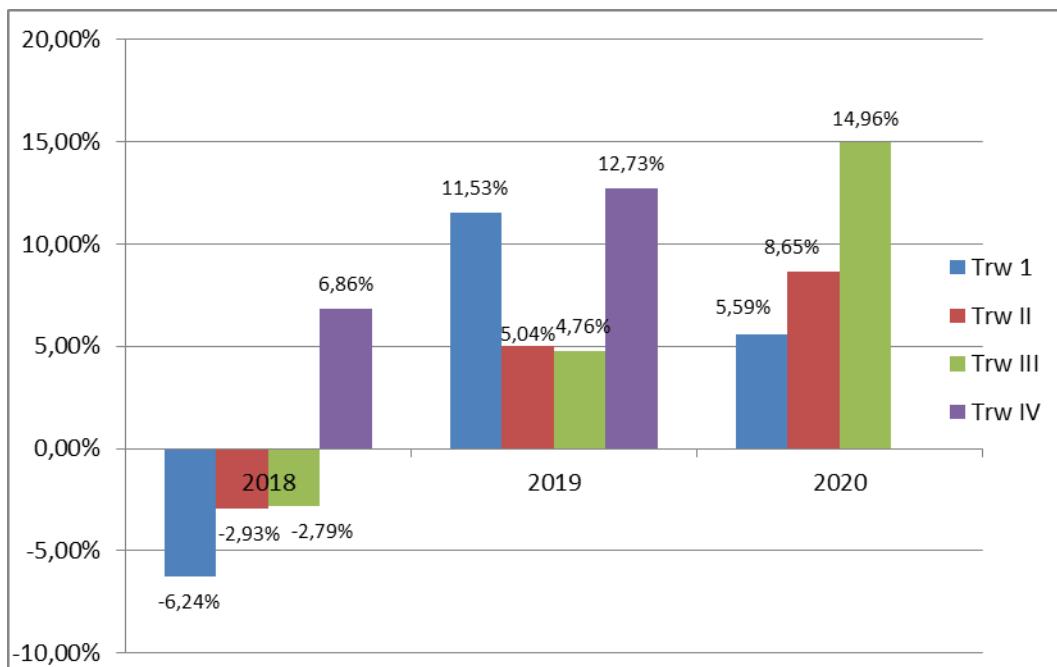
Gambar 1.1 Total Perkembangan Kasus COVID-19

Sumber: Databoks.katadata.co.id, 2022

Sekitar 9.629 kasus COVID-19 disampaikan pemerintah telah bertambah di Indonesia per tanggal 14 Maret 2022. Hal ini berarti hingga tanggal 14 Maret 2022 telah berjumlah 5.900.124 kasus pasien positif penderita COVID-19. Menurut pemerintah sampai saat ini orang yang dinyatakan sembuh ada sekitar 5.434.729 orang atau sekitar 92,12% dan orang meninggal dunia berjumlah 152.437 orang atau 2,59% (Fitra, 2022). Sejak adanya pandemi COVID-19

menjadikan setiap orang sangat diwajibkan menjaga kebersihan. Menjaga kebersihan menjadi faktor utama untuk mencegah penularan COVID-19. Menjaga kebersihan tidak hanya dengan membersihkan lingkungan rumah tetapi juga mengutamakan kebersihan diri untuk melawan penyebaran COVID-19.

Perubahan tersebut membuat permintaan akan produk-produk kesehatan mengalami peningkatan yang berakibat terhadap meningkatnya industri farmasi dan alat kesehatan secara signifikan. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mencatat pertumbuhan tertinggi pada industri kimia, farmasi dan obat tradisional terjadi di triwulan III tahun 2020 yaitu sebesar 14,96% dari 12,73% pada triwulan IV tahun 2019 seperti yang tertera pada grafik di bawah (Kementerian Perindustrian RI, 2020).

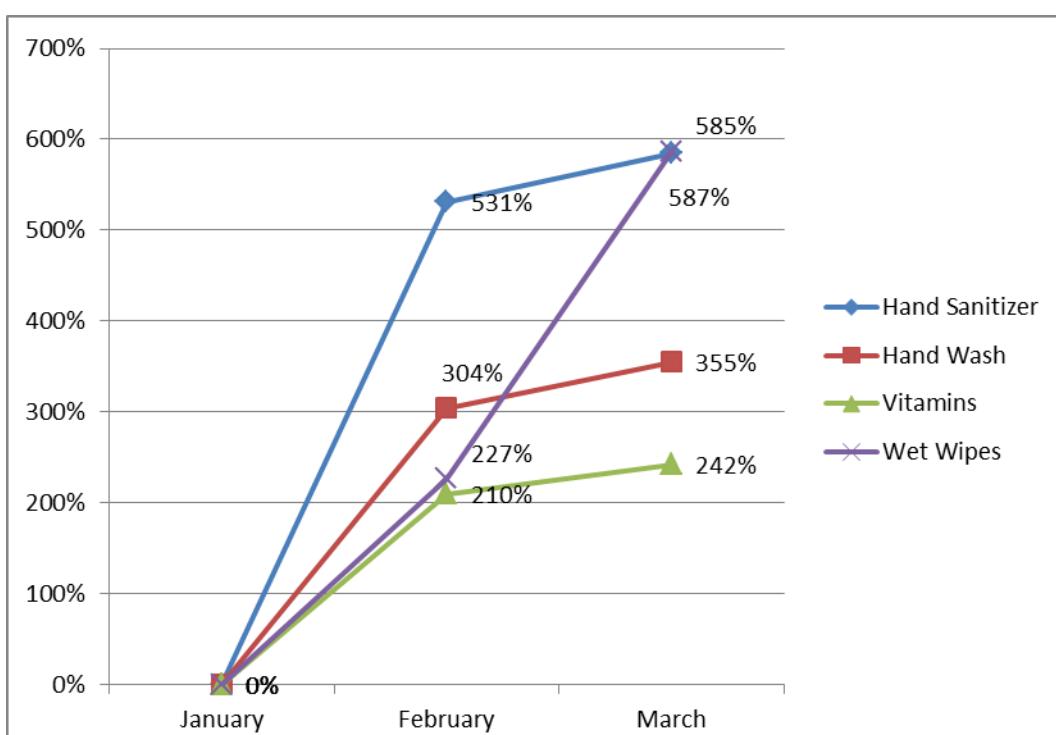


Gambar 1.2 Perkembangan Industri Kimia, farmasi dan Obat Tradisional (%, yoy)

Sumber: Kementerian Perindustrian, 2020

Peningkatan ini terjadi dikarenakan adanya fenomena “*panic buying*” dimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dengan jumlah besar untuk menghindari kekurangan di masa depan (Yuen et al., 2020). Fenomena “*panic buying*” timbul karena adanya ketakutan, kecemasan maupun

perasaan tidak aman (Shadiqi, M. A., dkk, 2020) konsumen dalam keselamatan diri dari COVID-19. Perubahan perilaku pada masyarakat juga diperkuat dengan temuan data SIRCLO pada bulan berikutnya setelah diumumkan masuknya COVID-19 di Indonesia terjadi peningkatan dalam hal pembelian produk perawatan kesehatan tertentu diantaranya *hand sanitizer*, *hand wash / hand soap*, vitamin dan tisu basah (SIRCLO, 2020). Grafik di bawah ini menunjukkan persentase produk yang mengalami peningkatan pembelian pada bulan Januari, Februari dan Maret (SIRCLO, 2020).



Gambar 1.3 % Peningkatan Pembelian Produk pada Masa Pandemi

Sumber: SIRCLO, 2020

Grafik di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang pesat pada keempat produk dibandingkan dengan bulan Januari dan peningkatan pembelian melebih dari 100%. Peningkatan tertinggi berada pada produk *hand sanitizer* sebesar 531% disusul dengan peringkat kedua, *hand wash* yang mengalami peningkatan sebesar 304%. Produk tisu basah juga menjadi salah satu yang dicari atau diminati oleh masyarakat dengan peningkatan sebesar 227%. Peningkatan

dengan urutan persentase yang terakhir ialah vitamin mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 210%. Grafik di atas memperlihatkan bahwa keempat produk ini terus diminati di bulan Maret (SIRCLO, 2020).

Produk *hand sanitizer* menjadi produk dengan peringkat tertinggi yang dicari oleh masyarakat pada bulan Maret tahun 2020 sedangkan produk *hand wash / hand soap* pada bulan Maret berada pada posisi ketiga. Walaupun berada pada peringkat ketiga justru berdasarkan Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (CDC) menyatakan bahwa mencuci tangan tetap menjadi solusi yang tepat dalam mengurangi sejumlah jenis kuman maupun bahan kimia yang ada di tangan (CDC, 2020). Kegiatan mencuci tangan menjadi hal yang penting dilakukan karena bagian tubuh yang sering dipergunakan untuk beraktivitas serta berinteraksi dengan benda dan makhluk hidup ialah tangan sehingga bakteri dapat dengan mudah menempel ditangan.

Peningkatan permintaan akan produk peralatan kesehatan khususnya pada produk *hand soap* membuat banyak perusahaan yang mengembangkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal menjaga kebersihan diri. *Hand soap* merupakan cairan pembersih tangan yang digunakan untuk membunuh kuman di tangan. Fenomena yang terjadi di atas menjadikan banyak bermunculan merek-merek yang beredar di pasaran dengan produk sejenis. Konsumen menjadi teliti dan selektif dalam membeli merek produk *hand soap* yang aman digunakan dan memenuhi kebutuhannya akibat tersedianya berbagai merek produk sejenis. Suatu merek harus memiliki keistimewaan atau keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing merek lain.

Salah satu merek *hand soap* di Indonesia adalah Dettol yang diproduksi oleh Reckitt Benckiser Group plc yang merupakan sebuah perusahaan berkantor pusat di kota Slough, Inggris. Perusahaan ini bergerak dalam tiga kategori yaitu di bidang kebersihan, kesehatan dan nutrisi dimana bertujuan untuk menciptakan dunia yang lebih bersih dan lebih sehat untuk semua. Merek Dettol dikenal sebagai perusahaan produk kesehatan yang terpercaya dan aman digunakan di kalangan masyarakat. Dettol merupakan salah satu merek produk *hand soap* cair

yang sudah terkenal di Indonesia bahkan sebelum munculnya pandemi COVID-19 dan telah menjadi *Top Brand* dari tahun ke tahun seperti tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 *Top Brand Index Hand Soap Cair*

Brand	Top Brand Index					
	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Dettol	38,4%	41,7%	40,4%	38,6%	39,2%	38,0%
Lifebouy	38,3%	35,9%	27,2%	23,7%	22,1%	22,8%
Yuri	5,0%	4,2%	1,5%	0,6%	6,8%	7,7%

Sumber: Top Brand Award, Tahun 2016-2021

Berdasarkan data di atas, Dettol tetap menjadi *Top Brand* dari tahun ke tahun walaupun mengalami kenaikan dan penurunan *Top Brand Index* setiap tahun. Tahun 2017 Dettol mengalami peningkatan sebesar 8,6% dari 38,4% pada tahun 2016 menjadi 41,7% untuk tahun 2017. Mengalami penurunan sekitar 3,1% pada tahun 2018 dan tahun 2019 sekitar 4,4%. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan kembali sebesar 1,6% menjadi 39,2% akan tetapi tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 38,0% atau sekitar 3,1%. Fenomena terjadi penurunan dan peningkatan setiap tahun ini terjadi dikarenakan semakin banyak pilihan merek produk *hand soap* yang beredar di masyarakat. Meraih *Top Brand Index* setiap tahun menandakan kualitas produk yang dimiliki dari produk *hand soap* cair merek Dettol sudah tidak diragukan lagi.

Masyarakat kota Palembang juga mengetahui akan kualitas produk dari *hand soap* cair Dettol. Berdasarkan hasil riset awal yang penulis lakukan terhadap beberapa konsumen yang membeli dan menggunakan produk *hand soap* cair Dettol yaitu 8/10 orang mengatakan bahwa *hand soap* cair Dettol memiliki

kualitas yang baik yang didasarkan pada kandungan atau komposisi yang terdapat di dalam *hand soap* tersebut.

Kualitas produk memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk memenuhi harapan konsumen maka menandakan bahwa produk tersebut dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk memiliki dampak langsung terhadap keputusan pembelian karena tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi menyebabkan tingkat loyalitas konsumen semakin tinggi. Konsumen yang puas dengan pembelian mereka akan kembali dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Demikian pula, konsumen berpindah kepada merek pesaing dan mengatakan kepada orang lain secara negatif mengenai produk ketika konsumen tidak merasakan kepuasan (Kotler & Amstrong, 2021).

Kualitas produk merupakan seberapa baik produk tersebut memenuhi persyaratan pelanggan yang dinyatakan atau tidak (Kotler & Amstrong, 2021). Kualitas produk menggunakan lima dimensi pada penelitian ini. Adapun lima dimensi kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat ahli (Tjiptono, 2015) yaitu *performance* atau kinerja, *feature* atau keistimewaan tambahan, *durability* atau daya tahan, *aesthetic* atau estetik dan *perceived quality* atau persepsi atas kualitas.

Dimensi pertama, *performance* mengacu pada seberapa baik produk melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan itu merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen (Tjiptono, 2015). *Performance* pada *hand soap* cair Dettol diklaim mampu membersihkan kuman bakteri yang ada di tangan, Dettol memberikan perlindungan 10x lebih baik dibandingkan sabun cuci tangan biasa dan cairan pada *hand soap* Dettol membuat tangan menjadi lembut atau tidak terasa kering setelah digunakan karena kandungannya >85% bahan alami.

Feature atau elemen yang memungkinkan untuk menambahkan fungsionalitas dasar yang diperlukan untuk membuat alternatif dan produk (Tjiptono, 2015). Aspek tambahan pada Dettol menawarkan beberapa varian *hand soap* sesuai dengan kebutuhan konsumen di antaranya sabun cuci tangan anti

bakteri *original, re-energize, sensitive* dengan varian bunga lavender dan bunga sakura. Aroma yang harum dan segar juga didapatkan dari *hand soap* cair dari Dettol, selain itu aman digunakan karena telah teruji secara dermatologis dan bersertifikat halal. Pada bagian *durability* mengacu pada berapa lama produk tersebut dapat digunakan (Tjiptono, 2015). *Hand soap* cair Dettol di antaranya memiliki ketahanan aroma pada Dettol tahan lama, jangka waktu atau tanggal kedaluarsa masih lama ketika dibeli dan dalam hal penggunaan *hand soap* cair Dettol juga awet.

Dimensi Keempat yang termasuk pada *aesthetic* dimana menunjukkan daya tarik dari produk tersebut dengan kelima panca indera (Tjiptono, 2015). Produk *hand soap* cair Dettol kemasannya didesain dengan menarik, pemilihan warna pada produk juga disesuaikan dengan varian produk yang membuat semakin menarik seperti pemberian warna oranye dan tampilan gambar jeruk pada kemasan *hand soap* Dettol karena memiliki sensasi aroma jeruk mandarin. Dimensi pada *aesthetic* juga menawarkan bentuk kemasan dalam botol (ukuran 110 ml dan 245 ml) dan *refill* atau kemasan isi ulang (ukuran 200 ml dan 400 ml) pada sabun cuci tangan cair Dettol agar memudahkan kebutuhan konsumen.

Dimensi terakhir yaitu *perceived quality* dimana mengacu pada evaluasi kualitas produk yang memperhitungkan kesan publik terhadap produk dan pertanggungjawaban perusahaan atas kesan tersebut (Tjiptono, 2015). Pada dimensi ini *hand soap* cair Dettol diproduksi oleh perusahaan yang terkenal, dapat dipercaya dibidang kesehatan dan memiliki daya saing tinggi dalam hal kualitas produk karena harga yang ditawarkan. Perusahaan Dettol telah meraih *Top Brand Index* untuk kategori sabun cuci tangan dari tahun 2016 sampai tahun 2021, pada tahun 2015 Dettol mendapatkan penghargaan Rekor MURI untuk logo terbesar dari rangkaian sabun, Dettol sering melakukan kampanye cuci tangan dengan sabun salah satunya kampanye “*give life a hand: letter for life*” pada tahun 2017 dan Dettol mempunyai program sekolah Dettolion yang berfokus di sekolah. *Perceived quality* Dettol juga terlihat pada bagian kemasan produk di antaranya telah BPOM, terdapat logo MUI, keterangan mengenai keunggulan *hand soap* cair

Dettol dan terdapat logo mitra Ikatan Dokter Indonesia (IDI) untuk membangun masyarakat yang lebih sehat.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian seperti adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Lazada (Iwan Sahara et al., n.d., 2020). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian terbukti juga pada konsumen *Cafe Kinol bistro N'Poll* di Kota Padang (Yusra & Nanda, 2020). Adanya pengaruh kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian (studi kasus merek Adidas di kecamatan Siman Ponogoro) (Ardiana & Wardhani, 2022). Begitu juga terbukti adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Muliasari, 2020). Di sisi lain variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang tidak sama dimana kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada rumah kopi dan mie toronata di Kawangkoan. penelitian oleh (Wenda Rumondor et al., 2017). Berdasarkan fenomena latar belakang dan masih ada ketidakkonsistenan dari hasil penelitian terdahulu maka tertarik melakukan penelitian diberi judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Soap* Cair Dettol di Kota Palembang**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini :

- 1) Apakah ada pengaruh kualitas produk (*performance, feature, durability, aesthetic* dan *perceived quality*) terhadap keputusan pembelian *hand soap* cair Dettol baik secara simultan maupun parsial di kota Palembang?
- 2) Dimensi kualitas produk mana yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian *hand soap* cair Dettol?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini secara umum bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (*performance, feature, durability, aesthetic* dan *perceived quality*) baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian *hand soap* cair Dettol
- 2) Untuk mengetahui dimensi kualitas produk yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian *hand soap* cair Dettol.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil peneltian ini secara teoritis diharapkan bisa memberi kontribusi wawasan maupun ilmu manajemen pemasaran terkait topik kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi masukan pada Perusahaan Dettol dalam hal meningkatkan volume penjualan dimasa depan melalui manfaat dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ardiana, T. E., & Wardhani, D. P. (2022). THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (Case Study on the ADIDAS Brand in Siman Ponorogo Sub *International Journal of* ..., 2022(1), 55–63. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4327%0A><http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/download/4327/1865>
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 05(2), 2022. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Atmaja, L. . (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Andi.
- Baskara B dan Kana A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 213. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- CDC. (2020). *Show Me the Science – When & How to Use Hand Sanitizer in Community Settings / Handwashing / CDC*. <https://www.cdc.gov/handwashing/show-me-the-science-hand-sanitizer.html>
- Chapman, J. dan R. W. (1999). *A Revision and Empirical Test of the Extended PricePerceived Quality Model*.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S. E. M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=DZLyDwAAQBAJ>

- Erdawati, E., Asraf, A., Elondri, E., & ... (2021). Study of Product Quality Aspects, Prices and Halal Labels on the Purchase Decision of Hpai Herbal Products. *International Journal of ...*, 2021(4), 426–434. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3634>
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. In *Jurnal Ilmiah PERKUSI* (Vol. 1, Issue 4). <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383>
- Fitra, S. (2022). *Kasus Covid-19 Bertambah 9.629 Kasus (Senin, 14/3)*. <https://doi.org/https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/kasus-covid-19-bertambah-9629-kasus-senin-143>
- Ghodang, H., Wahyuni Br Sembiring, R., Magister Manajemen, P., Darma Agung, U., Kunci, K., Produk, K., & Pembelian, K. (2020). *Effect of Product Quality on Purchase Decision in Pt. Maju Jaya Pohon Pinang Medan*. 10(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.
- Gumilang, D. A. (2021). *The Effect of Product Quality , Promotion and Brand Image on Puchase Intention Wall 's Ice Cream* (Vol. 6, Issue 8).
- Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi). *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18. <https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/69>
- Haqiqi, N., & Widwi, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farmkabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 717–729. file:///E:/jurnal seminar proposal/jurnal fix/minat beli/1514-Article Text-4471-publish.pdf

- Hays, W. L. (1976). *Quantification in Psychology*. Prentice Hall.
- Iwan Sahara, N., Adi Prakoso, F., Pemasaran, M., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhammadiyah Jakarta Jl Ahmad Dahlan, U. K., & Jakarta Selatan, C. (n.d.). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)* (Vol. 1177).
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Keller, P. K. and K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Kementerian Perindustrian RI. (2020). Analisis Perkembangan Industri Pengolahan Non Migas Indonesia 2020-Edisi IV. In [Www.Kemenperin.Go.Id](http://www.Kemenperin.Go.Id).
<https://www.kemenperin.go.id/download/25489/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-IV-2020>
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9.
<https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of markerting*. Pearson Education Limited. <https://www.pdfdrive.com/principles-of-marketing-18th-edition-philip-kotler-gary-armstrong-d200969595.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM.
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., Program, T. M. T., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 6–9.
- Mardiansah, R., Zaini, O., & Farradia, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Mang Kabayan Sentul City. *Manajemen*.
- Muliasari, D. (2020). the Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. In *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* (Vol. 3, Issue 04). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 112–127. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.216>
- Riduwan. (2009). *Dasar-dasar statistika*. Alfabeta.
- Saepuloh, A., & Hisani, D. R. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. In *Innovation Research Journal* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>
- Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>
- Schiffman , Wisenblit, Joseph,, L. G. (2019). *Consumer behavior*. <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9781292269269>
- Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I'anah, N., & Al Istiqomah, W. (2020). Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 131–141. <https://doi.org/10.7454/jps.2021.15>
- SIRCLO. (2020). *On COVID-19: Sanitization Product Sales Surge in Indonesia's*

- E-Commerce.* <https://insights.sirclo.com/blog/2020/03/on-covid-19-sanitization-product-sales-surge-in-indonesias-e-commerce>
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., Nyoman, N., & Yulianthini. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 7(1), 26–33.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian Dr Sugiyono*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Keempat). *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. In *Harga..... 1102 Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 2).
- Wijayanti, A. (2016). *Teknik Dasar Pengolahan Data Kuantitatif dengan Program SPSSFor Windows Versi 17*. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/236885/Modul-SPSS.pdf>
- Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). The Psychological Causes of Panic Buying Following a Health Crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph17103513>
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>
- Ardiana, T. E., & Wardhani, D. P. (2022). THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (Case Study on the ADIDAS Brand in Siman Ponorogo Sub *International Journal of* ..., 2022(1), 55–63. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4327%0Ahttp://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/download/4327/1865>

- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 05(2), 2022. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Atmaja, L. . (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Andi.
- Baskara B dan Kana A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 213. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- CDC. (2020). *Show Me the Science – When & How to Use Hand Sanitizer in Community Settings / Handwashing / CDC*. <https://www.cdc.gov/handwashing/show-me-the-science-hand-sanitizer.html>
- Chapman, J. dan R. W. (1999). *A Revision and Empirical Test of the Extended PricePerceived Quality Model*.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S. E. M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=DZLyDwAAQBAJ>
- Erdawati, E., Asraf, A., Elondri, E., & ... (2021). Study of Product Quality Aspects, Prices and Halal Labels on the Purchase Decision of Hpai Herbal Products. *International Journal of ...*, 2021(4), 426–434. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3634>
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di

- Bintaro. In *Jurnal Ilmiah PERKUSI* (Vol. 1, Issue 4).
<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383>
- Fitra, S. (2022). *Kasus Covid-19 Bertambah 9.629 Kasus* (Senin, 14/3).
<https://doi.org/https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/kasus-covid-19-bertambah-9629-kasus-senin-143>
- Ghodang, H., Wahyuni Br Sembiring, R., Magister Manajemen, P., Darma Agung, U., Kunci, K., Produk, K., & Pembelian, K. (2020). *Effect of Product Quality on Purchase Decision in Pt. Maju Jaya Pohon Pinang Medan.* 10(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.
- Gumilang, D. A. (2021). *The Effect of Product Quality , Promotion and Brand Image on Puchase Intention Wall 's Ice Cream* (Vol. 6, Issue 8).
- Hamidi, Z. D., & Prakoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecap Manis Merek “GAN” Di Kota Sukabumi). *Jurnal Ekonomak*, 4(2), 1–18.
<https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/69>
- Haqiqi, N., & Widwi, H. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farmkabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 717–729. file:///E:/jurnal/seminar/proposal/jurnal_fix/minat_beli/1514-Article_Text-4471-publish.pdf
- Hays, W. L. (1976). *Quantification in Psychology*. Prentice Hall.
- Iwan Sahara, N., Adi Prakoso, F., Pemasaran, M., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhammadiyah Jakarta Jl Ahmad Dahlan, U. K., & Jakarta Selatan, C. (n.d.). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)* (Vol. 1177).

- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Keller, P. K. and K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Kementerian Perindustrian RI. (2020). Analisis Perkembangan Industri Pengolahan Non Migas Indonesia 2020-Edisi IV. In *Www.Kemenperin.Go.Id*.
<https://www.kemenperin.go.id/download/25489/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-IV-2020>
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9.
<https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited. <https://www.pdfdrive.com/principles-of-marketing-18th-edition-philip-kotler-gary-armstrong-d200969595.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. UGM.
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., Program, T. M. T., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 6–9.
- Mardiansah, R., Zaini, O., & Farradia, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Mang Kabayan Sentul City. *Manajemen*.
- Muliasari, D. (2020). the Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. In *International Journal of Economics, Business and*

Accounting Research (IJEBAR) (Vol. 3, Issue 04).
<https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>

Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 112–127.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.216>

Riduwan. (2009). *Dasar-dasar statistika*. Alfabeta.

Saepuloh, A., & Hisani, D. R. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. In *Innovation Research Journal* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i1.1190>

Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164.
<https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>

Schiffman , Wisenblit, Joseph,, L. G. (2019). *Consumer behavior*.
<http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9781292269269>

Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I'anah, N., & Al Istiqomah, W. (2020). Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 131–141.
<https://doi.org/10.7454/jps.2021.15>

SIRCLO. (2020). *On COVID-19: Sanitization Product Sales Surge in Indonesia's E-Commerce*. <https://insights.sirclo.com/blog/2020/03/on-covid-19-sanitization-product-sales-surge-in-indonesias-e-commerce>

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., Nyoman, N., & Yulianthini. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 7(1), 26–33.

Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian Dr Sugiyono*.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Keempat). *Yogyakarta: CV Andi Offset.*

Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., & Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan Manajemen, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. In *Harga..... 1102 Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 2).

Wijayanti, A. (2016). *Teknik Dasar Pengolahan Data Kuantitatif dengan Program SPSSFor Windows Versi 17.*

<https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/236885/Modul-SPSS.pdf>

Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). The Psychological Causes of Panic Buying Following a Health Crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10).
<https://doi.org/10.3390/ijerph17103513>

Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>

<https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-3686721/letter-for-life-kampanye-cuci-tangan-dengan-sabun> diakses 04 Januari 2023 pukul 21.00 WIB

<https://www.dettol.co.id/> diakses 07 Februari 2022 pukul 10.05 WIB.

<https://www.topbrand-award.com/> diakses 20 Januari 2022 pukul 19.40 WIB.