

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SKINTIFIC 5X  
CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL DI KOTA PALEMBANG)**



**Skripsi Oleh:**

**NADYA RIZKY ISNANI**

**01011382025218**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP**  
**KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SKINTIFIC 5X**  
**CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL DI KOTA PALEMBANG)**

Disusun oleh:

Nama : Nadya Rizky Isnani  
NIM : 01011382025218  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing



Tanggal: 25 September 2024

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SKINTIFIC 5X  
CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL DI KOTA PALEMBANG)**

Disusun oleh:

Nama : Nadya Rizky Isnani

NIM : 01011382025218

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 30 Oktober 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima,

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 15 November 2024

Pembimbing



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

NIP. 197512252015041001

Penguji

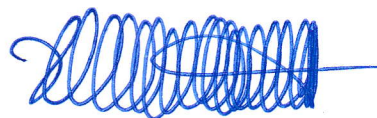


Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A

NIP.198106302014092004

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.

NIP. 198907112018031001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Rizky Isnani  
NIM : 01011382025218  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SKINTIFIC 5X CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL DI KOTA PALEMBANG)**”

Dosen Pembimbing : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M

Tanggal Ujian : 30 Oktober 2024

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 sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 7 November 2024

Pembuat Pernyataan



Nadya Rizky Isnani

01011382025218

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

*Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)*

**(Q.S. Al-Insyirah Ayat 7)**

### PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Kedua Orang Tua
- Keluarga
- Sahabat
- Teman Seperjuangan
- Almamater

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* Di Kota Palembang)” Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana ekonomi di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Penulis sadar bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekuarangan, maka dari itu penulis sangat menerima kritik dan saran yang baik untuk melengkapi kekurangan dalam skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukkan dalam dunia Pendidikan.

Palembang, 7 November 2024



Nadya Rizky Isnani  
01011382025218

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya beberapa hambatan yang dihadapi. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada,

1. Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini hingga tahap ini. Rasa syukur yang mendalam saya haturkan atas doa-doa yang telah dikabulkan-Nya.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Agus dan Ibu Aminah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan selalu membantu baik secara moral maupun materil.
3. Kakak perempuan dan suaminya, Tete Lala dan Abang Firza yang selalu memberikan masukan dan semangat
4. Kedua kucing peliharaan, Kora dan Chiko
5. Kedua nenek, Nenek Mariam dan Nenek Emeh
6. Kedua om dan tante, Om Rahmad, Om Mail, Mami Rodiah dan Tante Wati
7. Hamada Asahi dan Treasure, salah satu yang menjadi motivasi saya untuk tetap bertahan hidup dan menggapai mimpi saya.
8. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
9. Bapak Prof. Dr. M. Adam, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

10. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya periode 2023-2027.
11. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya periode 2023-2027
12. Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M selaku dosen pembimbing
13. Ibu Dr. Dessy Yunita S.E., M.M., M.B.A selaku dosen penguji
14. Kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
15. Kepada Staf Admin Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan dalam urusan berkas administrasi. Tanpa dukungan dan kemudahan yang telah kalian berikan, proses ini tentu akan menjadi lebih sulit.
16. Kepada angkatan Manajemen tahun 2020, terima kasih atas dukungan kalian selama masa perkuliahan tidak hanya membuat pengalaman belajar menjadi lebih menyenangkan, tetapi juga menjadi motivasi bagi penulis untuk terus semangat dan berkembang.
17. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan. Setiap kontribusi, sekecil apa pun, sangat berarti dan berperan dalam pencapaian ini. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan terasa bermakna ini.



### SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Saya dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam Bahasa Indonesia dan Inggris dari mahasiswa :

Nama : Nadya Rizky Isnani

NIM : 01011382025218

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* Di Kota Palembang)

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun tensesnya, dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar abstrak.

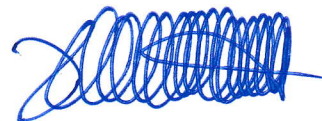
Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M  
NIP. 197512252015041001



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.  
NIP. 198907112018031001

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PENGGUNA SKINTIFIC 5X CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL DI KOTA PALEMBANG)

Oleh:

**Nadya Rizky Isnani**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Skintific 5x Ceramide Barrier Moisturizer Gel di Kota Palembang). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji t, uji f, dan analisis regresi linear berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

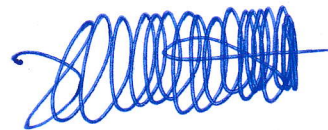
**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen**

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M  
NIP. 197512252015041001

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.  
NIP. 198907112018031001

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION (A STUDY ON USERS OF SKINTIFIC 5X CERAMIDE BARRIER MOISTURIZER GEL IN PALEMBANG)**

**By:**

**Nadya Rizky Isnani**

*This study was conducted to analyze the Influence of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction (A Study on Users of Skintific 5x Ceramide Barrier Moisturizer Gel in Palembang City). The research method used is a quantitative method with a non-probability sampling technique, involving a sample size of 100 respondents. The data analysis methods applied include the t-test, f-test, and multiple linear regression analysis. The results of the t-test indicate that the variables of product quality and price have a significant influence on consumer satisfaction. The results of the f-test show that the variables of product quality and price simultaneously influence consumer satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Price, Consumer Satisfaction**

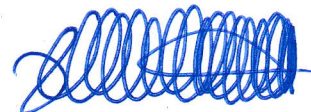
Acknowledged,

*Supervisors*



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M  
NIP. 197512252015041001

*Head of the Management Department*



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.  
NIP. 198907112018031001

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Mahasiswa : Nadya Rizky Isnani

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 29 Juli 2002

Alamat Rumah : Jl. Ismail Marzuki No. 249 Rt. 04 Rw. 02 Sekip  
Jaya, Kemuning, Palembang

Email : nadyariy29@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- SMA Negeri 17 Palembang (2020)
- Universitas Sriwijaya (2025)

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN INTEGRASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I LATAR BELAKANG.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk .....	12
2.2.1 Harga .....	13
2.2.2 Dimensi Harga .....	14
2.3.1 Kepuasan Konsumen.....	16
2.3.2 Dimensi Kepuasan Konsumen .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Ruang lingkup penelitian .....	25
3.2 Rencana Penelitian .....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Populasi dan Sampel .....	26
3.5.1 Populasi .....	26
3.5.2 Sampel.....	27
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1 Uji Validitas.....	28
3.6.2 Uji Realibilitas .....	29
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.7.1 Uji Normalitas.....	29
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	29
3.7.3 Uji Heteroskedasitas.....	30
3.8 Teknik Analisis .....	30
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	30
3.9 Uji Hipotesis.....	32
3.9.1 Uji F (Simultan) .....	32
3.9.2 Uji T (Parsial).....	32
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.9.4 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	33
3.10 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.11 Pengukuran Variabel Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.2 Distribusi Frekuensi Responden .....	38
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	39
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	40
4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan .....	41
4.3 Perilaku Responden.....	41

4.4	Teknik Analisis .....	43
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Produk .....	43
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	46
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	48
4.5	Uji Instrumen Penelitian .....	49
4.5.1	Hasil Uji Validitas .....	49
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	51
4.6	Uji Asumsi Klasik .....	51
4.6.1	Uji Normalitas .....	51
4.6.2	Uji Multikolinieritas .....	53
4.6.3	Uji Heteroskedesitas.....	53
4.7	Uji Hipotesis .....	54
4.7.1	Uji f (Simultan) .....	54
4.7.2	Uji t (Parsial) .....	55
4.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.7.4	Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	58
4.8	Pembahasan.....	59
4.8.1	Kepuasan Konsumen dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kualitas Produk Dan Harga pada Pengguna Skintific 5x <i>Ceramide Barrier Moisturizer Gel</i> di Kota Palembang. ....	59
4.8.2	Kualitas produk berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Skintific 5x <i>Ceramide Barrier Moisturizer Gel</i> di Kota Palembang. ....	60
4.8.3	Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Skintific 5x <i>Ceramide Barrier Moisturizer Gel</i> di Kota Palembang. ....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>65</b>
5.1	Kesimpulan .....	65
5.2	Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Produk Skintific .....	5
Gambar 1.2 <i>Review</i> Produk Skintific .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 4.1 Uji Heteroskedasitas .....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Kriteriaaaa Analisis Deskriptif.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	34
Tabel 3.3 Skala Likert .....	36
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	40
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	41
Tabel 4.6 Prilaku Responden.....	41
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Harga .....	46
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji f.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	56
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	79
Lampiran 3 R Tabel.....	89
Lampiran 4 data SPSS.....	90

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **1.1 Latar Belakang**

Peningkatan jumlah pengguna kosmetik merupakan fenomena yang tidak bisa dihentikan. Banyaknya pengguna kosmetik disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga penampilan dan kesehatan kulit sejak dini. Penggunaan kosmetik diperkirakan akan terus meningkat (Muhammad, 2021). Pada tahun 2020-2023 peningkatan jumlah perusahaan di bidang kosmetik mencapai 21,9% yang awalnya 913 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan tahun 2023 (EKON, 2024). Peningkatan ini mampu menyumbang pendapatan sebanyak 48% di sektor industri (Milenio, 2024). Meningkatnya jumlah pendapat juga diakibatkan dari kebiasaan yang dilakukan oleh wanita Indonesia, berdasarkan survei yang dilakukan oleh populix terhadap 500 perempuan di Indonesia yang berusia 18-25 rata-rata perempuan di Indonesia mengeluarkan biaya sekitar Rp. 250.000 – Rp. 2.000.000 per bulan untuk biaya kosmetik (Aria Fundrika, 2022).

Kosmetik merupakan produk yang diawasi oleh IKTF (Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional) dan dibedakan menjadi tiga jenis utama yaitu, kosmetik perawatan, perawatan berkala, dan kosmetik dekoratif atau riasan. Kosmetik perawatan dirancang untuk memperbaiki kondisi kulit secara mendalam, sedangkan kosmetik perawatan berkala digunakan rutin tapi tidak setiap hari. Kosmetik dekoratif atau riasan berfungsi mempercantik tampilan wajah. Ketiga jenis

kosmetik ini melengkapi rutinitas kecantikan. Dalam menggunakan kosmetik individu harus mengetahui jenis kulit agar tidak terjadi iritasi maka dari itu penting memahami jenis dan masalah kulit, karena kosmetik disesuaikan dengan jenis kulit., namun terdapat jenis kosmetik yang bisa digunakan di seluruh jenis kulit yang disebut *basic skincare* (Loreal, 2024).

*Basic skincare* merupakan perawatan kulit yang dilakukan untuk menjaga kesehatan kulit (Rizal, 2023). Penggunaan *basic skincare* mampu membersihkan kulit dari kotoran dan debu, serta melindungi kulit dari iritasi dan sinar *Radiasi Ultraviolet* (UV) matahari (Anessa, 2023). *Basic skincare* terdiri dari *facial wash, toner, moisturizer, dan sunscreen* (theraskin, 2024). Penggunaan *Basic skincare* mulai banyak dilakukan oleh masyarakat atas rekomendasi dokter, karena *basic skincare* mampu mengurangi iritasi, menjaga kesehatan kulit dan memenuhi nutrisi kulit (Yudha, 2024).

Kepopuleran penggunaan *basic skincare* mampu membuat berbagai produk baru masuk ke pasaran. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah penjualan produk *skincare* atau kosmetik di *e-commerce* (Muthia, 2022). Penjualan kosmetik sendiri diperkirakan akan terus meningkat sampai 2027 (Muhammad, 2022). Saat ini *skincare* yang berfokus pada perbaikan kulit (*basic skincare*) masih menjadi pembahasan yang populer di media sosial akibatnya konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk (Amalia et al., 2024). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Amalia et al., 2024) yang membahas tentang *review moisturizer* pada *websites*

*female daily* terdapat tiga *moisturizer* yang paling banyak mendapatkan ulasan positif yaitu skintific, loreal dan whitelab. Berikut perbedaan kualitas produk *moisturizer*,

**Tabel 1.1 Perbedaan Kualitas Produk *Moisturizer***

<b>Merek</b>	<b>Perbedaan</b>
Skintific,	centella, hyaluronic acid, dan marine collagen
L'oreal	Vitamin B3, Avanced moisturizing complex, Vitamin E, Resveratrol, Peptide.
Whitelab.	Ceramide-4, Mugwort, Marine Collagen, dan HyaluComplex-10

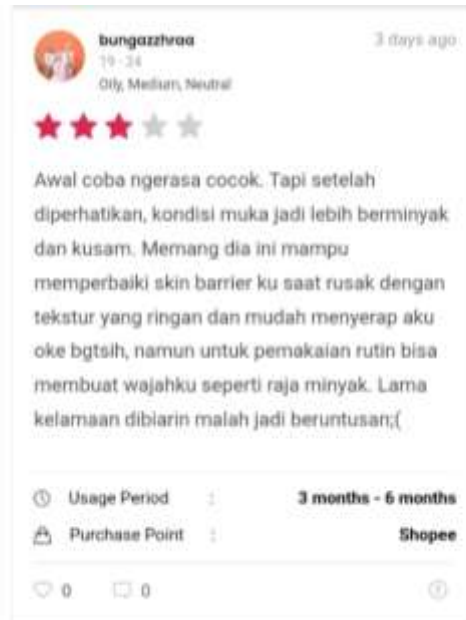
Sumber : Amalia et al., 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat ketiga produk memiliki kandungan yang berbeda. Ketiga produk ini menjadi pilihan favorit karena kandungannya yang dianggap efektif dalam memberikan kelembaban, memperbaiki tekstur kulit, dan memberikan efek mencerahkan. Keberhasilan ketiga produk ini tidak hanya didukung oleh kualitas produknya, tetapi juga hasil dari pemasaran yang efektif dan komunikasi yang baik dari setiap merek. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh ketiga *brand* ini sukses meningkatkan reputasi produk dan meningkatkan kepuasan konsumen. salah satunya pada *brand* Skintific, sukses membangun citra sebagai *brand* yang berfokus pada sains dan keamanan formulasi. Melalui promosi edukatif, Skintific sukses meningkatkan reputasi *brand* sebagai *skincare* terpercaya yang mampu memperbaiki *skin barrie*.

Promosi yang dilakukan Skintific yang menekankan edukasi pentingnya merawat *skin barrier* sebagai dasar kesehatan kulit sukses menarik minat konsumen di Indonesia. Produk Skintific sukses menjadi "Moisturizer Terbaik" oleh *Female Daily*, *Sociolla*, *Beautyhaul*, dan *TikTok Live Award 2020*. Keberhasilan ini karena Skintific selalu memberikan kualitas terbaik pada setiap produk untuk para konsumen. Kualitas produk merupakan faktor yang penting dalam menentukan pilihan konsumen (Philip and Kotler 2016). Pada dasarnya konsumen menginginkan produk dengan kualitas terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Woen & Santoso, 2021). Dalam menentukan kualitas konsumen cenderung melihat kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, estetika dan kualitas yang diberikan produsen.

Kualitas produk juga mempengaruhi kepuasan konsumen (Naini et al., 2022). Semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dihasilkan, peran kualitas produk sangat tinggi dalam mencapai kepuasan bagi konsumen. dalam hal ini Skintific selalu menekankan produknya mampu memperbaiki *skin barrier*. Moisturizer skintific terus konsisten memberikan kualitas terbaik setiap produknya terbukti dengan banyaknya konsumen yang merasa puas dengan produk yang mereka gunakan, namun beberapa orang juga merasa produk ini hanya mampu memperbaiki saja dan tidak mampu mempertahankan kondisi kulit. Kualitas produk yang diberikan oleh skintific pada *Moisturizer* yang mereka

tawarkan banyak memberikan dampak negatif dan positif bagi para pengguna sesuai dengan masalah kulit yang mereka hadapi.

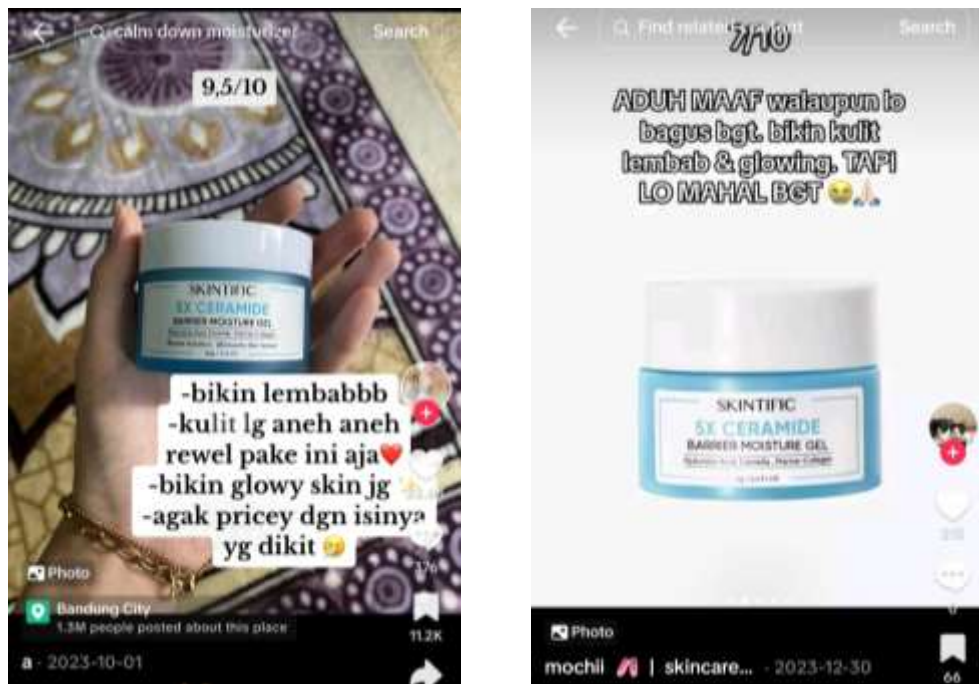


Sumber : <https://reviews.femaledaily.com/products/moisturizer/gel/skintific/5x-ceramide-barrier-repair-moisture-gel-moisturizer>

**Gambar 1.1 Review Produk Skintific**

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penggunaan *moisturizer* skintific mampu memperbaiki *skin barrier*, namun karena rutin menggunakan terdapat efek samping muka menjadi berminyak dan menimbulkan jerawat. Kepopuleran *moisturizer* skintific mampu menarik pasar lebih banyak dengan banyaknya bermunculan produk pesaing dengan harga yang lebih murah. Produk skintific mulai viral akibat dari kampanye promosi yang mereka lakukan di media sosial, dampak dari kampanye yang terus menerus mereka lakukan dengan bantuan para dokter dan *influencer*

membuat banyak produk baru yang bermunculan dengan *ingredients* yang hampir sama dan harga yang lebih murah sehingga banyak konsumen yang mulai membandingkan produk skintific memiliki harga yang mahal dengan isi yang sedikit. Banyak orang yang setuju akan hal ini dan mulai memberikan review yang buruk terhadap produk tersebut. Berikut beberapa orang yang menyatakan bahwa skintific memiliki harga yang mahal dengan kualitas yang baik,



Sumber : Apps Tiktok diakses pada tanggal 15 April 2024

### Gambar 1.2 Review Produk Skintific

Dari gambar 1.2 dapat dilihat beberapa konsumen setuju bahwa produk skintific memiliki kualitas yang baik tetapi memiliki harga yang lebih mahal



dibandingkan produk *moisturizer* lainnya. Perbedaan harga *moisturizer* skintific dengan produk lain sebagai berikut,

**Tabel 1.2 Perbedaan Harga Produk *Moisturizer***

Merek	Ukuran	Harga
Skintific/30ml	30/ml	Rp 125.000
Originate/30ml	30/ml	Rp. 45.000
Scora/40 ml	40/ml	Rp. 59.900.

Sumber : Shoppe Indonesia, 2024

Dari tabel 1.2 dapat dilihat perbedaan harga *moisturizer* skintific dengan *brand originate* dan *scora* memiliki perbedaan harga lebih dari 50%. Persaingan harga pada produk *moisturizer* terus terjadi banyak bermunculan produk baru dengan khasiat atau manfaat yang sama dimunculkan harga merupakan ukuran dalam menilai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang digunakan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) indikator harga adalah harga yang terjangkau yang dibuat dan disesuaikan dengann daya beli konsumen, kesesuaian harga harus sama dengan kualitas produk dan harga juga memiliki nilai daya saing yang tinggi terhadap produk sejenis.

Harga memiliki daya saing yang tinggi, karena harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen atas manfaat suatu produk atau jasa yang dibeli konsumen Amstrong in Friani et al. (2018). Harga merupakan faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga konsumen lebih hati-hati dalam

membeli produk dengan melihat kualitas dan manfaat yang mereka dapatkan (Wantara & Tambrin, 2019).

Kesesuaian antara kualitas produk dan harga menimbulkan persepsi positif dan negatif di benak konsumen, persepsi positif akan menimbulkan kepuasan sedangkan persepsi negatif menyebabkan ketidakpuasan pelanggan (Djumarno et al. 2018). Kepuasan konsumen berasal dari perasaan senang atau kecewa dari konsumen ketika mereka membandingkan persepsi terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan membandingkan harapan dan kenyataan yang mereka inginkan (Wantara & Tambrin, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Wantara & Tambrin, (2019) yang membahas mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Istiqamah et al., (2019) dengan hasil harga dan kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Asti & Ayuningtyas, (2020) dengan hasil kualitas produk tidak mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari fenomena di latar belakang dan penelitian terdahulu, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x Ceramide Barrier Moisturizer Gel di Kota Palembang)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).
2. Apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).
3. Apakah variabel Harga berpengaruh secara parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah variabel Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen studi pada pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).

2. Untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).
3. Untuk mengetahui apakah variabel Harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Pengguna Skintific 5x *Ceramide Barrier Moisturizer Gel* di Kota Palembang).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan referensi dan informasi penelitian lanjutan terutama yang berkaitan dengan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan strategi yang bisa dipertimbangkan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan untuk memaksimalkan strategi yang nantinya akan diambil

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Julitriarsa, D. (2021). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produkskincare Di E-Commerce Shopee. *Cakrawala Bisnis*, 2(2), 275–286.
- Amalia, D., Totohendarto, M. H., & Alam, S. (2024). *Analisis Sentimen Produk Populer Moisturizer Pada Female Daily Menggunakan Metode Naive Bayes*. 8(2), 108–121.
- Anessa. (2023). *Basic Skincare Routine Apa Saja? Ini Urutan yang Benar*. Anessa. <https://www.anessa.id/for-you/urutan-basic-skincare-routine-yang-benar>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Anita, M., Maria, K., & Endro, S. (2021). Customer Experience and Repurchase Intention in Multi-Channel: Customer Satisfaction as Mediating Variable. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(3), 7–19.
- Aria Fundrika, B. (2022). *73 Persen Perempuan di Indonesia Habiskan Uang Minimal Rp 250 Ribu Untuk Makeup*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2022/08/31/133500/73-persen-perempuan-di-indonesia-habiskan-uang-minimal-rp-250-ribu-untuk-makeup>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Bani Zamzami. (2022). the Effect of Product Quality and Price Perception on Customer Satisfaction on Somethinc Products. *International Journal Management and Economic*, 1(2), 54–61. <https://doi.org/10.56127/jaemb.v1i2.239>
- Delima, A. (2019). Influence Of Service Quality , Product Quality , Price , Brand Image , And Promotion To Consumer Satisfaction Affecting On Consumer Loyalty. *Economics*, 1–15.
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Ekasari, R., Agustya, D., Yucha, N., Arif, D., Darno, Retnowati, D., Ayu Mandasari, A., Ratnasari, E., Nur Husnul Yusmiati, S., & Puji Lestari, L. (2019). Effect of

- Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction on Online Product Purchases. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012287>
- EKON. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Ekon.Go.Id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Ertanto, B. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk wafer nabati di toko zaina di sampit*. 9(2), 175–181.
- Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Gani, A., & Hillebrandes Oroh, A. N. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store. *KnE Social Sciences*, 2021, 116–128. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8803>
- Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Khair Pasaribu, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(1), 68–78.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing-Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Loreal. (2024). *Apa Saja Basic Skincare dan Bagaimana Urutannya?* <https://www.loreal-paris.co.id/beauty-magazine/basic-skincare-dan-urutannya>
- Madiistriyatno, H., & Nurzaman, F. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama Pamanukan. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 23(2), 639–643. <http://ijpsat.ijsh-t-journals.org>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Milenio, F. (2024). *Industri Kosmetik Lokal Kian Meroket, Pertumbuhan Tembus Angka 48 Persen*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/08/22/industri->

kosmetik-lokal-kian-meroket-pertumbuhan-tembus-angka-48-persen

- Muhammad, F. (2021). *Trend Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Siap Ambil Peluang*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/409325/trend-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-siap-ambil-peluang>
- Munawaroh, M., & Simon, Z. Z. (2023). The Influence of Store Atmosphere, Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Satisfaction. *Research of Business and Management*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.58777/rbm.v1i1.21>
- Muthia, A. (2022). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/66ea42a1ae6c6/makin-meroket-pendapatan-produk-kecantikan-dan-perawatan-diri-di-ri-capai-rp11183-triliun-pada-2022>
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 313–318.
- Pei, X. L., Guo, J. N., Wu, T. J., Zhou, W. X., & Yeh, S. P. (2020). Does the effect of customer experience on customer satisfaction create a sustainable competitive advantage? A comparative study of different shopping situations. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18), 1–19. <https://doi.org/10.3390/SU12187436>
- Purnama, N. I., & Rialdy, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3595>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 703–712. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang

- Smartphone Oppo. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667.  
<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1004/766>
- Rizal, F. (2023). *Tahapan Basic Skincare dan Rekomendasi Produknya*. Halodoc.Com. [https://www.halodoc.com/artikel/tahapan-basic-skincare-dan-rekomendasi-produknya?srsItd=AfmBOorkaHYu3rWvForqTrQC8vk25Hc-YMvgT8EzIsPzpk1UEL0r\\_Y66](https://www.halodoc.com/artikel/tahapan-basic-skincare-dan-rekomendasi-produknya?srsItd=AfmBOorkaHYu3rWvForqTrQC8vk25Hc-YMvgT8EzIsPzpk1UEL0r_Y66)
- Septiyan, R., Zahri, C., & Firah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Denta Sumut Di Binjai. *Warta Dharmawangsa*, 18(2), 399–413. <https://doi.org/10.46576/wdw.v18i2.4440>
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.))*. ALFABETA vv.
- theraskin. (2024). *Mengenal Tren Basic Skincare! Eits, Theraskin juga punya loh*. <https://theraskin.co.id/2024/03/23/mengenal-tren-basic-skincare-eits-theraskin-juga-punya-loh/>
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). ITHJ International Tourism and Hospitality Journal The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9. <https://rpajournals.com/ithj>:<https://rpajournals.com/ithj>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Yoanistha Yuliani Eltantian, Yoseph Darius Purnama Rangga, & Nunsio Handrian Meylano. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Rindu Lokaria. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 91–103. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.153>
- Yudha, W. (2024). *PENGARUH INFLUENCER TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK PERAWATAN DAN KECANTIKAN PADA BRAND SCARLETT DAN WARDAH*. 769–781.