

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVA KOSMETIK MELALUI *E-
COMMERCE***

(Studi Kasus Pada Tiktokshop di Kabupaten Bandung)

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Prodi
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:

Sri Wahyuni

NIM: 2261201079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
BANDUNG**

2026

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVA KOSMETIK MELALUI *E-
COMMERCE***

(Studi Kasus Pada Tiktokshop di Kabupaten Bandung)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Sri Wahyuni

NIM: 2261201079

Telah disetujui oleh:

Pembimbing


Dr. Yusraini S.E., M.M.
0417087201

Tanggal

9 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVA KOSMETIK MELALUI E-
COMMERCE
(Studi Kasus Pada Tiktokshop di Kabupaten Bandung)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Sri Wahyuni

NIM: 2261201079

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 15 Juli 2026

Ketua Prodi Yesi Suhartini S.E., M.M.

NIDN: 0427078703

Penguji 1 Andri Asmari S.E M.M.

NIDN: 0408087911

Penguji 2 Kiki Pitasari S.Pd.,M.Pd.

NIDN: 0402029203

Bandung, 15 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Yusnani S.E., M.M.

NIDN: 0412087201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Skripsi ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 09 Juli 2026

Penulis,


MATERAI
TEGAPEL
10000
FAOX090863204

Sri Wahyuni

NIM: 2261201079

Pembimbing,



Dr. Yusrini, S.E., M.M.

0417087201

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce*, khususnya TikTok Shop, telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk kosmetik. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai agar mampu menarik minat konsumen. Salah satu merek kosmetik lokal yang masih diminati masyarakat adalah Viva Kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Viva Kosmetik melalui TikTok Shop pada konsumen di Kabupaten Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 105 orang yang pernah membeli Viva Kosmetik melalui TikTok Shop. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,463 dan nilai signifikansi 0,000. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,310 dan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 85,138 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,625 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar 62,5%, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen pada platform *e-commerce*, serta menjadi masukan bagi Viva Kosmetik dalam meningkatkan kualitas produk dan menetapkan strategi harga yang kompetitif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti promosi, kepercayaan, kualitas layanan, atau citra merek serta memperluas wilayah penelitian agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

Kata Kunci: Harga; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk; TikTok Shop; Viva Kosmetik

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce, particularly TikTok Shop, has changed consumer behavior in purchasing cosmetic products. Increasing competition requires companies to improve product quality and set appropriate prices in order to attract consumers. One of the local cosmetic brands that remains popular among consumers is Viva Cosmetics. This study aims to determine and analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions of Viva Cosmetics through TikTok Shop among consumers in Bandung Regency, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with an associative approach. The sampling technique used purposive sampling, involving 105 respondents who had purchased Viva Cosmetics through TikTok Shop. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. Data analysis was conducted using SPSS through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, with a regression coefficient of 0.463 and a significance value of 0.000. Price also had a positive and significant effect on purchasing decisions, with a regression coefficient of 0.310 and a significance value of 0.000. Simultaneously, product quality and price had a positive and significant effect on purchasing decisions, with an F-value of 85.138 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R Square) of 0.625 indicates that product quality and price explain 62.5% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 37.5% is influenced by other variables outside this study. The findings contribute to the development of marketing knowledge, particularly consumer behavior in e-commerce platforms, and provide recommendations for Viva Cosmetics to improve product quality and implement competitive pricing strategies to enhance consumer purchasing decisions. Future research is recommended to include additional variables such as promotion, trust, service quality, or brand image and to expand the research area in order to improve the generalizability of the findings.

Keywords: Price; Product Quality; Purchasing Decision; TikTok Shop; Viva Cosmetics

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, hanya kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, setelah melalui perjuangan untuk melawan masa-masa jenuh dan pergantian topik berkali-kali, akhirnya rampung sudah pengerjaan skripsi ini. Semua ini tidak lepas dari banyaknya orang yang membantu dan mendorong saya untuk dapat menyelesaikannya. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Sali Iskandar, MM (Alm) selaku Pembina, Perintis, dan Pendiri Universitas Sali Al-Aitaam yang menjadi motivator penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Fatimah Nurjannati Iskandar, SE., M.Ak selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam.
3. Andri Asmari S.E., M.M selaku wakil Rektor 1 Universitas Sali Al-Aitaam Dian Haerana S.T Selaku wakil Rektor 2 Universitas Sali Al-Aitaam, Ir.Arif Nugraha Kurniadi M.M Selaku wakil Rektor 3 Universitas Sali Al-Aitaam.
4. Dr.Yusnaini S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonimo dan dosen pembimbing yang telah memberikan segala arahan, bimbingan dan saran kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
5. Rizka Noristaman S.E., M.M selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama mengikuti perkuliahan hingga menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Universitas Sali Al-Aitaam.
6. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu dosen manajemen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Universitas Sali Al-Aitaam.
7. Kepada orang tua penulis Mamah Lilis Rohaeti dan Bapak Endang Cahria, skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa doa yang Mamah dan Bapak panjatkan setiap hari. Terima kasih sudah menjadi rumah

pertama saat penulis lelah dan menjadi alasan penulis untuk bangkit saat ingin menyerah dan bukti nyata bahwa cinta orang tua itu tidak ada batasnya. Semoga pencapaian kecil ini bisa jadi salah satu alasan Mamah dan Bapak tersenyum. I Love You, today. Tomorrow and forever.

8. Kepada kakak penulis Suhendi, Santi Rahmawati, Septiani Kartini dan Hani Rosmayanti makasih udah jadi ATM berjalan dan ojek dadakan untuk penulis. Makasih udah dukung dan nemenin dari awal sampai akhir karya ini buat kakak-kakak penulis, tanpa kalian ini gaakan selesai. Love you all.
9. Untuk keponakan penulis, Deztery Ayuni Aena, Adara Fredella Ulany, Muhammad Syaheel Arkanza, Aksara Esa Pradipta. Terima kasih telah menjadi semangat dan vitamin paling manjur selama penulis mengerjakan skripsi ini. Semoga kelak kalian jadi anak yang hebat ya love you to the moon.
10. Untuk diri sendiri Sri Wahyuni, terima kasih karena telah mampu bertahan, bangkit dari rasa lelah, melawan rasa malas dan jenuh, serta tetap berusaha menyelesaikan setiap proses hingga sampai di tahap ini. Tidak apa-apa berjalan perlahan, yang terpenting adalah tidak menyerah. Semoga langkah kecil hari ini menjadi awal dari kesuksesan di masa depan.
11. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2022 yang telah memberikan banyak dukungan, kebersamaan, dan kenangan selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman di UKM Kesenian yang senantiasa memberikan hiburan, semangat, dan warna tersendiri, sehingga proses penulisan skripsi ini terasa lebih ringan dan menyenangkan.
13. Kristina Dwi Andika, Rosi Rahmawati, Fitri Novianti, Sisca Susilawati, Sarah Indriani, Ipan Setiawan, Deri Gustaman, Ujang Darisman, dan Rangga Subakti yang telah menjadi rekan seperjuangan sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini,

saling mendukung, berbagi semangat, serta memberikan motivasi dalam setiap tahap yang dilalui.

14. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang tidak dapat disebutkan namanya, yang sempat hadir memberikan dukungan, semangat, perhatian, menjadi tempat untuk penulis mengeluh serta menjadi salah satu alasan penulis untuk bertahan selama perkuliahan sehingga proses penyusunan proposal skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh perjuangan ini.
15. Senior dan adik tingkat saya Lody Miftach Ulum, Revita Maharani, Siti Nurmala Sari, dan M. Rizki Nirwana yang senantiasa memberikan bantuan, arahan, dan dukungan ketika penulis menghadapi berbagai kesulitan selama proses penyusunan skripsi ini.
16. Ariana Grande, Sienna Spiro, Daniel Caesar, Hindia, Feast, Perunggu, Nadin Amizah dan Payung Teduh, yang melalui karya musiknya senantiasa menemani penulis selama proses penyusunan skripsi, serta konten mereka yang turut memberikan hiburan di sela-sela waktu istirahat.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karenanya atas semua kesalahan dan kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Terakhir, harapan penulis, semoga Skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Bandung, 14 Agustus 2026

Penyusun,



Sri Wahyuni

2261201079



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.6.1 Manfaat Teoretis.....	14
1.6.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 Manajemen	17
2.1.2 Konsep Pemasaran	19
2.1.3 Digitalisasi Pemasaran	21
2.1.4 Kualitas Produk.....	23
2.1.5 Harga	26
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.3.1 Tempat Penelitian.....	36
3.3.2 Waktu Penelitian	37
3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	38
3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	39
3.5.3 Karakteristik Responden	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7 Uji Instrumen Penelitian	41
3.7.1 Bentuk Instrumen Penelitian	41
3.7.2 Uji Instrumen Penelitian	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Deskriptif	44
3.8.2 Analisis Asosiatif	45
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.8.5 Uji t (Parsial).....	48
3.8.6 Uji F (Simultan)	48
3.8.7 Koefisien determinasi (R^2) digunakan	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan (TikTokShop).....	50
4.1.2 Viva Kosmetik.....	52
4.1.3 Visi dan Misi	55
4.2 Gambaran Umum Responden.....	57
4.2.1 Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Penggolongan Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3 Penggolongan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59

4.2.4 Penggolongan Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.3 Analisis Deskriptif	62
4.4 Analisis Data	65
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	65
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	71
4.4.4 Uji Hipotesis	74
4.5 Pembahasan	78
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	81
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
5.2.1 Bagi Viva Kosmetik	86
5.2.2 Bagi TikTok Shop	87
5.2.3 Bagi Konsumen	87
5.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2. 2 Landasan Teori	32
Gambar 4.1 Logo TikTokShop.....	52
Gambar 4.2 Logo Viva Kosmetik	52
Gambar 4 3 Uji Heteroskedastisitas	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1Pengikut Viva Kosmetik Kabupaten Bandung (2025)	2
Tabel 1 2 Data Penjualan Viva Kosmetik Kabupaten Bandung (2025)	4
Tabel 1 3 Pra-Survey Variabel Kualitas Produk (X1)	6
Tabel 1 4 Pra-Survey Variabel Harga (X2)	7
Tabel 1 5 Pra-Survey Variabel Keputusan Pembelian (Y)	7
Tabel 2. 1Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian.....	37
Tabel 3. 2Tabel Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 3. 3 Skala Likert	44
Tabel 4 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4 2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4 5 Kualitas Produk (X1)	62
Tabel 4 6 Harga (X2).....	63
Tabel 4 7 Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4 8 Uji Validitas.....	65
Tabel 4 9 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4 10 Uji Normalitas	69
Tabel 4 11 Multikolinearitas	69
Tabel 4 12 Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4 13 Uji T (Parsial).....	75
Tabel 4 14 Uji F.....	76
Tabel 4 15 Koefisien Determinasi (R^2)	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	93
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Kuantitatif	96
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner	103
Lampiran 4 SK Pembimbing.....	118
Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian.....	120

