

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK THE ORIGINOTE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Amroni<sup>1</sup>, Nadia Rahmadani<sup>2</sup>, Ai Siti Patimah<sup>3</sup>

Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon

e-mail:amroni@cic.ac.id<sup>1</sup>, nadia.rahmadani.mb.22@cic.ac.id<sup>2</sup>, ai.patimah.mb.22@cic.ac.id<sup>3</sup>

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga dan kualitas produk the originote terhadap keputusan pembelian, teknik pengumpulan data yang dibagikan melalui kuesioner google form kepada 59 orang responden yang memakai dan pernah membeli produk the originote. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linear berganda, uji parsial (T), uji F dan koefisien determinasi. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel harga dan kualitas produk the originote berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.*

**Kata kunci:** harga, kualitas, keputusan pembelian

### Abstract

*This study aims to determine the price and quality of the originote product on purchasing decisions, data collection techniques shared through a google form questionnaire to 59 respondents who use and have purchased the originote product. This study uses quantitative analysis with validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis tests, partial tests (T), F tests and coefficients of determination. Data processing uses the SPSS version 26 program. The results of this study indicate that partially and simultaneously the price and quality variables of the originote product have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Key words:** price, quality, purchasing decisions

### 1. PENDAHULUAN

Saat ini, perawatan wajah sudah menjadi kebutuhan terpenting bagi sebagian orang. Beberapa tahun terakhir, beragam produk perawatan kulit luar negeri mudah didapat di Indonesia, dan perkembangan bisnis perawatan kulit berkembang pesat, banyak brand lokal yang bersaing di pasar menawarkan berbagai macam bahan untuk segala jenis permasalahan kulit di wajah. Para pemangku kepentingan di industri perawatan kulit terus berlomba-lomba untuk memberikan manfaat produk kepada pengguna produk perawatan kulit dan menarik konsumen. Persaingan antar perusahaan produk perawatan kulit semakin meningkat seiring dengan semakin banyaknya bermunculan merek perawatan kulit baru. Perusahaan perawatan kulit terus mengembangkan variasi produk dan manfaat yang berbeda dalam hal kualitas produk

untuk menarik lebih banyak konsumen. Persepsi harga konsumen juga menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan saat bersaing di bidang perawatan kulit. Bagi sebagian orang, harga setiap produk perawatan kulit bisa menjadi beban finansial yang signifikan. Keputusan pembelian mengenai harga suatu produk ditentukan oleh kualitas produk yang diterima konsumen. Pada umumnya konsumen selalu dihadapkan pada berbagai pertimbangan sebelum membeli suatu produk, secara khusus konsumen memperhatikan kualitas dan harga produk yang mereka beli dan semakin tinggi kualitas produk semakin banyak juga customer yang membeli produk yang memungkinkan konsumen untuk memilih produk terbaik sesuai dengan kebutuhannya dan pilihan tersebut dibuat saat membeli produk (Tugiso et al., 2016) yang konsumen butuhkan yaitu produk yang

berkualitas tinggi dan harga yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh, brand skincare China yaitu The Originote menyediakan untuk berbagai jenis kulit wajah seperti sensitive skin, oily skin, dry skin, acne prone dan ada untuk perawatan khusus mata. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare The Originote. Dan untuk mengetahui harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk skincare the originote. The Originote merupakan produk skincare asal China, yang pertama kali masuk ke Indonesia pada April 2022. The Originote sudah memiliki 15 rangkaian produk skincare yang ditujukan kepada konsumen dengan rentan usia 15 -25 tahun. The Originote dalam kurun waktu satu tahun sudah mampu memenangkan penghargaan Brand Chooice Award dan dapat menyaingi pendapat dari produk loka seperti MS Glow dan Scarllet. Latar belakang hadirnya the originote hyalucera moisturizer adalah hasil riset tim the originote yang menemukan adanya kebutuhan kulit masyarakat indonesia untuk pelembab wajah dengan tekstur ringan, berkualitas, dan harga yang terjangkau. The originote sendiri mempunyai kandungan utamanya yaitu Hyaluron, Ceramide, dan Chlorelina yang dapat membantu melembabkan kulit. Keunggulan dari the originote hyalucera moisturizer adalah pada teksturnya yaitu, cleary water gel ringan yang dapat digunakan oleh seluruh jenis kulit.

Moisturizer ini diformulakan dengan Hyaluron, Ceramide, dan Chlorelina untuk membantu merawat skin barrier, mengunci hidrasi pada kulit, dan merawat keremajaan kulit.

**2. METODE PENELITIAN**

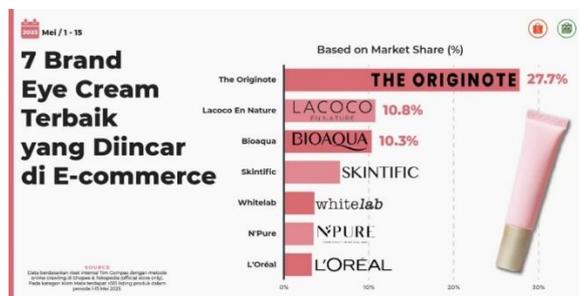
Berdasarkan penjelasan pendahuluan di atas, penelitian ini mempertimbangkan dua variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2), serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan data yang di peroleh berdasarkan jawaban kuesioner yang sudah dibagikan kepada 59 responden sebagai sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah pembeli produk atau pengguna skincare The Originote.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Gambaran Produk The Originote**

Produk ini adalah salah satu produk terbaik dari the originate sendiri produk ini yaitu eyecream, kegunaan produk ini sendiri yaitu diformulasikan untuk memperbaiki dan melindungi area mata, dengan diformulasikan dengan kafein untuk mengurangi peradangan dan bengkak. Duo peptides untuk mengencangkan area mata, mengunci kelembapan untuk mencegah kekeringan dan iritasi dan juga meningkatkan produksi kolagen, licorice juga dapat membantu mencerahkan bagian bawah yang gelap dan melindungi area mata dari kerusakan akibat sinar matahari.



**Gambar 1.** 7 Brand Eye Cream Terbaik yang Diincar di E-commerce



**Gambar 2.** THE ORIGINOTE Hyaluracera Moisturizer Gel jai salah satu pilihan pelembap terbaik di tahun 2022. (shopee.co.id)

Pelembab yang diformulasikan khusus untuk menjaga pelindung kulit dengan menggunakan kombinasi bahan kimia aktif klinis yang teruji di laboratorium serta bahan natural yang aman dan alami. Pelembab ini juga diformulasikan dengan Hyaluronic Acid dan Ceramide yang mampu memperbaiki dan menjaga skin barrier, mengunci kelembapan kulit, menjaga elastisitas kulit, dan membantu penyembuhan jerawat. Mengandung Chlorelina, kombinasi chlorella dan spirulina yang menjaga elastisitas kulit, sebagai antioksidan bagi kulit, serta oil control dan tekstur gelnya membuat pelembab ini cocok untuk semua jenis kulit.



**Gambar 3.** THE ORIGINOTE Brightening Moisturizer (shopee.co.id)

Originote Brightening Moisturizer merupakan pelembab wajah yang membantu menjaga hidrasi kulit, mencegah tanda-tanda penuaan dini dengan menjaga hidrasi kulit. Mencerahkan dan meratakan kulit. Pelembab ini mengandung beberapa bahan unggulan seperti niacinamide dan vitamin B3. Kandungan ini berperan sebagai skin brightening dan antioksidan. Selain mencerahkan, pelembab ini juga mencegah timbulnya jerawat sekaligus melindungi kulit dari efek buruk sinar UV dan sinar biru, memperkuat pertahanan kulit sehingga kulit terlindungi. Selain itu juga mengandung Tranexamic acid, adalah Skin-lightening, digunakan untuk treatment dark

spot dan bekas jerawat/flek membandel atau PIH yang bekerja dengan cara menghambat produksi pigmen pada melanosit oleh enzim tyrosinase. Ini juga menghalangi transfer pigmen dari melanosit ke keranosit di lapisan epidermis. Membantu menjaga kulit tetap terhidrasi, mencegah tanda-tanda penuaan dini dengan menjaga kulit tetap terhidrasi. Membantu melembutkan kulit dan menjaga kulit tetap muda.



**Gambar 4.** THE ORIGINOTE Retinol B3 Serum 20 ml. (shopee.co.id)

Serum wajah ini diformulasikan untuk melawan penuaan dengan 3 jenis vitamin A, terdiri dari Encapsulated Retinol, Retinal, dan HPR. Selain itu juga mengandung Niacinamide dan Egyptian Lotus yang dapat membantu menghaluskan dan menyembunyikan munculnya garis-garis wajah dan kerutan. Selain itu, serum the originote juga membantu memperlambat dan mencegah tanda-tanda penuaan dini. Penggunaan secara teratur juga dapat meremajakan kulit serta menjaga kekencangan dan keremajannya.

### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi di dalam penelitian ini berjumlah 59 pengguna produk The Originote dari berbagai kota.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Sampel menurut Sugiyono (2022:131) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik penduduk. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti membatasi penelitian dalam hal waktu, tenaga, uang dan populasi yang sangat besar. Oleh karena itu, peneliti

harus mengambil sampel yang (dapat) benar-benar representatif. Sampel yang dipilih terdiri dari konsumen yang melakukan pembelian produk The Originote.

**3.3. Uji Validitas**

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang

sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2019) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi  $r$  di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan tersebut valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian. Sebaliknya, jika nilai korelasi di bawah 0,05, maka butir tersebut dianggap tidak valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	1	0,2564	Valid
X1.2	0,390	0,2564	Valid
X1.3	0,548	0,2564	Valid
X1.4	0,399	0,2564	Valid

Dari table diatas dapat dilihat item X1.1- X1.4 pada variable harga nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  sehingga semua item dapat dinyatakan valid.

**Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	1	0,2564	Valid
X2.2	0,519	0,2564	Valid
X2.3	0,361	0,2564	Valid
X3.4	0,481	0,2564	Valid
X2.5	0,639	0,2564	Valid
X2.6	0,540	0,2564	Valid

Dari table diatas dapat dilihat bahwa item X2.1- X2.6 pada variable kualitas dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	1	0,2564	Valid
Y2	0,459	0,2564	Valid
Y3	0,469	0,2564	Valid

Dari table diatas dapat dilihat bahwa item 1-3 pada variable keputusan pembelian menunjukkan <sup>r</sup>hitung lebih besar dari pada <sup>r</sup>tabel sehingga semua item dapat dinyatakan valid.

**3.4. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2020, p. 66) reliabilitas adalah salah satu cara mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah peubah ataupun konstruk. Pada umumnya, uji reliabilitas

berguna untuk mengukur keandalan sebuah kuesioner ataupun hasil wawancara, uji ini berguna untuk memastikan apakah kuesioner tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan penelitian yang sedang dijalankan (Marzuki, Armereo, & Rahayu, 2020).

Dalam pengujian reliabilitas sendiri suatu data dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0,5.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Role of thumb	Keterangan
Harga (X1)	0,779	0,5	Reliabel
Kualitas (X2)	0,854	0,5	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,673	0,5	Reliabel

**3.5. Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Ghozali (2021 : 8) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen

terhadap suatu variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan reputasi KAP terhadap audit delay.

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	0.553	1.138		0.486	0.629
X1	0.419	0.126	0.477	3.331	0.002
X2	0.160	0.075	0.307	2.143	0.036

Dari tabel di atas bahwa persamaan regresi sebagai berikut:  $y = 0,553 + 0,419x_1 + 0,160x_2$ , artinya bahwa 0,553 adalah nilai constant dan jika diasumsikan tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0, maka tingkat penjualan adalah sebesar 0,553 satuan. Harga ditingkatkan sebsat 1 ( satu) satuan, maka akan diikuti dengan tingkat keputusan pembelian sebesar 0,419 satuan dan apabila

kualitas ditingkatkan 1 ( satu) satuan maka tingkat keputusan pembelian sebesar 0,160.

**3.6. Uji T**

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 5. Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.553	1.138		0.486	0.629
X1	0.419	0.126	0.477	3.331	0.002
X2	0.160	0.075	0.307	2.143	0.036

1. Nilai  $t_{hitung}$  untuk harga (X1) adalah 3,331 bernilai positif dan nilai signifikansi 0,002, hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (3,331) >  $t_{tabel}$  (1,673). Dikarenakan  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan sebesar 0.002 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Atau secara parsial variabel harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. Nilai  $t_{hitung}$  untuk kualitas ( X2) adalah 2,143 bernilai positif dan nilai signifikansi 0,036. Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (2,143) >  $t_{tabel}$  (1,673), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

**3.7. Uji F**

**Tabel 6. hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.936	2	42.968	34.260	.000 <sup>b</sup>
	Residual	70.233	56	1.254		
	Total	156.169	58			

Dari tabel di atas terlihat bahwa  $F_{hitung}$  34,260 dan nilai  $F_{tabel}$  3,16, dengan demikian  $F_{hitung}$  >  $F_{tabel}$  dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05. Maka keputusan yang diambil  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  dari harga dan kualitas mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat yaitu keputusan pembelian. dengan demikian variabel harga dan

kualitas secara simultan bersifat positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**3.8. Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkann variasi dependen

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.550	.534	1.120

Berdasarkan dari hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa nilai R square atau koefisien determinasi diperoleh 0,550 ( 55 %) yang dapat diartikan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas (X2) memiliki variasi atau kontribusi sebesar 55% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dan 45% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel harga (X1) dan kualitas (X2) yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**4. KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil diatas secara simultan adalah adanya pengaruh positif dan signifikan harga serta kualitas pada produk the originate terhadap keputusan pembelian. Secara parsial penetapan harga dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variable yang mendominasi sangat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Dari kesimpulan diatas disarankan kepada pemilik the originate lebih memperhatikan kualitas nya karena semakin kualitas diperhatikan dan diperbaiki dengan kualitas yang bagus semakin pula banyak orang yang akan memilih produk the originate ini dan otomatis keputusan pembelian untuk membeli produk ini meningkatkan,

**DAFTAR PUSTAKA**

*Artikel dalam Jurnal (Jurnal Primer)*

[1] Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, 4(1), 14.

[2] Purnamasari, D. L., Hajjah, S. N., Ridho Rusydi, I. R., & Amroni, A. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Pelaku Umkm. *Jurnal EBI*, 6(1), 73–80.

[3] Ghozali. (2022). Metodologi Penelitian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.

[4] Wahyuningsih, S. (2022). Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Angkringan Acil Jakarta Pusat. *Skripsi*, 2018, 32–41.

[5] Edrick, N. (2022). Pengaruh Kekuatan Pesan Instagram @Ganjar\_Pranowo Melalui Perilaku Pemilih Terhadap Tingkat Popularitas Ganjar di Kalangan Generasi Z. *Universitas Multimedia Nusantara*, 8.5.2017, 2003–2005

**Naskah Online**

[1] Raharjo, S. (2021). *Cara Melakukan Analisis Regresi Multiples (Berganda) dengan SPSS*. Cited in <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html> (6 Agustus 2024)

[2] Sulistiyarningsih, R. (2024). 6 Rekomendasi Produk THE ORIGINOTE Terbaik yang Bisa Jadi Pilihan di 2024. Cited in <https://shopping.tribunnews.com/2024/01/17/6-rekomendasi-produk-the-originote-terbaik-yang-bisa-jadi-pilihan-di-2024> (6 Agustus 2024)