



## Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Surabaya

Auliatus Sholihah<sup>1\*</sup>, Handy Aribowo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

Jl. Raya Kupang Baru No.8, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur

\*Korespondensi penulis: [auliaats6@gmail.com](mailto:auliaats6@gmail.com)

**Abstract:** The purpose of this study is to determine the influence of price and product quality on consumer satisfaction of Wardah beauty products in Surabaya. The data collection technique in this study is using the probability sampling method with a simple random sampling technique by taking random samples. The sample in this study used 100 respondents who were users of Wardah beauty products in Surabaya. The result of this study is that price has an influence on consumer satisfaction, as evidenced by the results of a partial research test (T) where the price variable has a sign value.  $0.000 < 0,05$ , and the t-value is  $17,482 > 1,984$ . And product quality has an influence on consumer satisfaction, as evidenced by the results of the Partial (T) research test, where the Product Quality variable has a significant value.  $0.000 < 0,05$ , and the t-value is calculated  $17,366 > 1,984$ . Meanwhile, in the results of the simultaneous research test (F), the price and quality of the product have a sign value.  $0.000 < 0,05$  and the f-value is calculated  $186,267 > 3,089$ , so it can be concluded in this study that price and product quality simultaneously have a positive effect on consumer satisfaction.

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

**Abstrak:** Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah di Surabaya. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling yaitu dengan mengambil sampel secara acak atau random. Sample pada penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan pengguna produk kecantikan Wardah di Surabaya. Hasil dari penelitian ini yaitu harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji penelitian parsial (T) dimana variabel Harga memiliki nilai sign.  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $17,482 > 1,984$ . Dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji penelitian Parsial (T) dimana variabel Kualitas Produk memiliki nilai sign.  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $17,366 > 1,984$ . Sedangkan pada hasil uji penelitian simultan (F) dihasilkan harga dan kualitas produk memiliki nilai sign.  $0.000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $186,267 > 3,089$ , maka dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

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

### 1. LATAR BELAKANG

Pada era modern ini, globalisasi memberikan perubahan terhadap dunia industri yang semakin berkembang dan persaingan bisnis semakin tinggi. Salah satunya dalam industri kecantikan atau kosmetik.

Di Indonesia saat ini tidak sedikit produk kecantikan atau kosmetik dengan merek-merek lokal yang sudah lama maupun baru yang begitu terkenal dan diminati banyak kaum wanita. Industri kosmetik atau produk kecantikan di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan karena kemajuan teknologi yang pesat dan meningkatnya persaingan. Dalam hal ini perusahaan produk kosmetik atau kecantikan harus terus berinovasi serta membangun hubungan dengan konsumen agar tetap relevan di pasar yang selalu berubah ini. Selain itu

perusahaan juga harus menjaga kualitas produk maupun harga yang diberikan untuk selalu menjaga kepuasan konsumen.

Produk kecantikan atau kosmetik pada saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan primer bagi para wanita. Karena kosmetik dapat dijadikan untuk cara mengekspresikan diri serta dapat meningkatkan rasa percaya diri.

Industri kecantikan yang meliputi bidang farmasi, kimia dan obat tradisional berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengalami pertumbuhan hingga 9,61% pada tahun 2021. Selain itu, menurut BPOM RI, jumlah perusahaan industri kecantikan juga meningkat sebesar 20,6%. Pertumbuhan jumlah industri kecantikan dimulai pada tahun 2021 sebanyak 819 perusahaan dan meningkat menjadi 913 pada akhir tahun 2022. Jumlah perusahaan di industri kosmetik meningkat sebesar 83% dan saat ini industri tersebut didominasi oleh usaha kecil menengah dan mikro.

Ketua Umum Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK) Solihin Sofian mengatakan, perusahaan yang bergerak di industri kecantikan tercatat sudah 1.080 hingga pertengahan tahun 2023. Dalam hal ini meyakinkan bahwa potensi dan peluang dalam industri kosmetik khususnya di Indonesia cukup tinggi dan besar.

Dengan melihat tren produk kecantikan pada saat ini menjadi lebih populer, memberikan pertanda bagi pelaku usaha industri kecantikan harus selalu meningkatkan kualitas produk dan inovasi untuk tetap mempertahankan perhatian konsumen. Salah satunya yaitu pada produk kecantikan Wardah.

Wardah memiliki komitmen untuk selalu dapat memberi manfaat bagi sekitar. Komitmen tersebut diwujudkan melalui visi perusahaan yaitu: mengembangkan Paragonian, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan berkesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa, serta mengembangkan bisnis. Sedangkan misi Wardah adalah: Mengembangkan karyawan yang berkompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan, secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.

Dalam salah satu aplikasi e-commerce Tiktok Shop, wardah menempati urutan ke 3 pada Top 10 Seller Beauty & Care di Indonesia.

**Tabel 1.1 Top 10 Seller Beauty & Care Periode 4-25 Februari 2024**

No	Seller
1	O.TWO.O
2	Scarlett Whitening
3	Wardah Beauty
4	Byzoe
5	Somethinc
6	NPure
7	Azarine
8	Aneka Kosmetik
9	Implora
10	Evangeline

Sumber : Kompas.co.id

Dari tabel 1.1 menunjukkan apabila kepuasan konsumen terhadap produk Wardah cukup baik dengan tingginya minat beli dan loyalitas konsumen terhadap produk Wardah. Maka dari itu pentingnya bagi Wardah untuk mempertahankan harga maupun kualitas produknya untuk menjaga kepuasan konsumen.

Untuk menjaga kepuasan konsumen terhadap harga, Wardah mengedepankan strategi berbasis nilai dimana mereka berupaya menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Produk kecantikan Wardah memiliki harga yang cukup terjangkau dan nilainya cukup bersaing dengan merek lain.

**Tabel 1.2 Data Harga Produk Kosmetik di Indonesia**

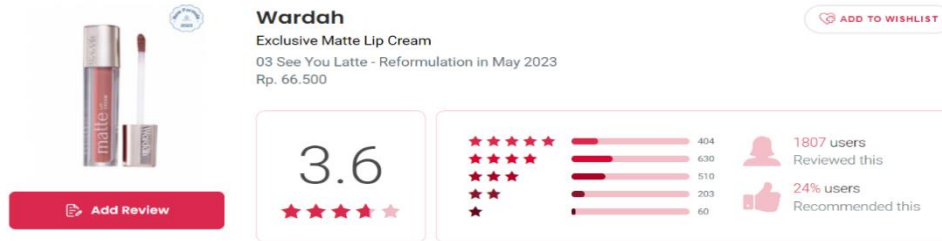
No.	Merek	Produk	Harga
1	Wardah	Wardah Exclusive Matte Lip Cream	Rp 66.500
2	Pixy	Pixy Lip Cream Matte	Rp 48.900
3	Dazzle Me	Dazzle Me Mousse Lip Cream	Rp 28.800
4	Emina	Emina Cream Matte Lip Cream	Rp 42.400
5	Implora	Implora Urban Lip Cream Matte Velvet	Rp 20.000

Sumber : Berbagai sumber, diolah peneliti (2024)

Pada tabel 1.2 terdapat salah satu produk dari Wardah terlihat memiliki harga lebih mahal dari merek lain, hal ini tentu didukung oleh faktor kualitas produk seperti bahan yang digunakan, warna dan kemasan. Selain itu harga produk Wardah sudah disesuaikan dengan segmen pasar mulai dari remaja hingga dewasa. Harga produk Wardah dapat dikatakan terjangkau oleh target pasarnya.

Wardah selalu memperhatikan tidak hanya pada harga produknya saja, namun juga pada kualitas produknya. Inovasi Wardah tidak hanya sebatas upaya untuk menghasilkan produk kecantikan yang berkualitas, namun juga untuk memperkenalkan produk yang aman dan ramah lingkungan. Cita-cita ini kemudian mendorong munculnya filosofi baru Wardah, yaitu *Halal Green Beauty*. Berdasarkan filosofi *Halal Green Beauty* ini, Wardah berupaya menerapkan pendekatan *halal green* dalam setiap produk yang diluncurkan. Tentunya tetap dengan mempertahankan kualitas maupun kebermanfaatannya.

Wardah selalu memastikan setiap produk yang diproduksinya selalu melalui proses yang aman dan ramah lingkungan pada setiap tahapan pembuatannya. Produk Wardah merupakan *cruelty free product*. Yang artinya produk Wardah tidak dilakukan pengujian pada hewan. Selain itu, Wardah juga selalu memastikan bahwa komposisi pada produknya terbebas



dari bahan berbahaya. Sebab, Wardah hanya menggunakan bahan-bahan alami dan organik yang aman. Namun, dalam hal ini tidak sedikit pula keluhan mengenai kualitas produk wardah dari konsumen yang dikirimkan di beberapa platform.

**Gambar 1.1 Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream**

Sumber : Femaledaily.com



**Gambar 1.2 Penilaian Wardah Exclusive Matte Lip Cream**

Sumber : Femaledaily.com



**Gambar 1.3 Penilaian Wardah Exclusive Matte Lip Cream**

Sumber : Shopee Wardah Official Shop

Pada Gambar 1.2 dan 1.3 terdapat penilaian atau keluhan dari konsumen terhadap salah satu produk dari Wardah dari konsumen. Hal ini harus dijadikan pertimbangan untuk Wardah agar tidak terjadi hal serupa. Adapun penilaian yang kurang dari konsumen akan menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen untuk membeli produk Wardah kembali. Maka penting untuk Wardah menjaga komitmen kepuasan konsumen dengan aktif dalam menerima umpan balik dari konsumen dan melakukan perbaikan berkelanjutan berdasarkan masukan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat penilaian kepuasan konsumen yang masih kurang baik, maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Surabaya”**.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **a. Harga**

Harga merupakan salah satu penentu dalam pilihan pembelian konsumen. Harga adalah nilai moneter yang diberikan pada suatu komoditas atau jasa selama transaksi ekonomi. Kotler (2016) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang tidak hanya mempengaruhi profitabilitas tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan proposisi nilai suatu produk. Harga adalah suatu transaksi yang diberikan untuk memperoleh hak memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

### **b. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan, termasuk daya tahan, keandalan, dan presisi, yang dicapai oleh produk secara keseluruhan. Perusahaan secara konsisten meningkatkan kualitas produk atau layanannya karena dapat menimbulkan kepuasan klien dan mendorong pembelian berulang.

### **c. Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2017), kepuasan konsumen adalah penilaian yang dilakukan setelah pembelian, ketika persepsi terhadap kinerja produk atau jasa yang dipilih sesuai atau melampaui harapan yang ditetapkan sebelum pembelian. Kepuasan konsumen sebagaimana didefinisikan oleh Daryanto dan Setyobudi (2019) mengacu pada evaluasi emosional yang dilakukan konsumen setelah menggunakan suatu produk, berdasarkan apakah harapan dan persyaratannya telah terpenuhi.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk desainnya. Sugiyono (2017) mengartikan penelitian kuantitatif sebagai pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme. Hal ini melibatkan mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, melakukan analisis data kuantitatif atau statistik, dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian ini akan

menguji tiga variabel yaitu variabel independen Harga (X1) dan kualitas produk (X2), serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna produk kecantikan Wardah yang berada di Surabaya. Sedangkan besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, karena besarnya populasi tidak diketahui atau tidak terbatas. Dan ditemukan jumlah sampel sebanyak 96 responden namun untuk menyederhanakan perhitungan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. HASIL

Penelitian dilakukan di Surabaya pada bulan Maret 2024 hingga selesai. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang (perempuan) pengguna produk kecantikan Wardah yang berusia 17 sampai diatas 40 tahun.

##### 1) Uji Validitas

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
1	HARGA (X1)	1	0.825	0.1966	Valid
		2	0.842	0.1966	Valid
		3	0.793	0.1966	Valid
		4	0.808	0.1966	Valid
		5	0.861	0.1966	Valid
		6	0.853	0.1966	Valid
		7	0.817	0.1966	Valid
		8	0.825	0.1966	Valid
2	KUALITAS PRODUK (X2)	1	0.832	0.1966	Valid
		2	0.810	0.1966	Valid
		3	0.798	0.1966	Valid
		4	0.819	0.1966	Valid
		5	0.851	0.1966	Valid
		6	0.801	0.1966	Valid
		7	0.820	0.1966	Valid
		8	0.847	0.1966	Valid
		9	0.827	0.1966	Valid
		10	0.809	0.1966	Valid
		11	0.838	0.1966	Valid
		12	0.776	0.1966	Valid
3	KEPUASAN KONSUMEN (Y)	1	0.794	0.1966	Valid
		2	0.839	0.1966	Valid
		3	0.862	0.1966	Valid
		4	0.863	0.1966	Valid
		5	0.849	0.1966	Valid
		6	0.806	0.1966	Valid

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa temuan uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi untuk setiap item pernyataan. Tabel hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan di dalam masing-masing

variabel mempunyai nilai R hitung  $>$  nilai R Tabel, berdasarkan uji signifikan dengan ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dalam penelitian ini valid.

## 2) Uji Realibilitas

**Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	HARGA	0.934	Reliabel
2	KUALITAS PRODUK	0.955	Reliabel
3	KEPUASAN KONSUMEN	0.914	Reliabel

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diteliti dalam penelitian ini dianggap dapat diandalkan atau reliabel. Hal ini terlihat dari koefisien Cronbach's Alpha pada variabel penelitian ini yaitu  $>$  0,60.

## 3) Uji Normalitas

**Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76743896
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.056
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov Test pada tabel diatas dapat disimpulkan apabila penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig yaitu 0.090 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05.

## 4) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.048	.984		1.066	.289		
Harga	.347	.081	.464	4.261	.000	.180	5.562
Kualitas Produk	.238	.058	.449	4.123	.000	.180	5.562

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil nilai tolerance pada variabel harga dan variabel kualitas produk sebesar  $0.180 > 0.10$ , sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada variabel harga dan variabel kualitas produk sebesar  $5.562 < 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

### 5) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.105	.630		3.340	.001
	Harga	-.068	.052	-.307	-1.302	.196
	Kualitas Produk	.025	.037	.162	.687	.494

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi (Sig) pada variabel Harga sebesar 0,196 > tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$ . Begitu pula pada variabel Kualitas Produk nilai signifikansinya sebesar 0,494 juga >  $\alpha=0,05$ . Berdasarkan hasil uji Glejser dapat disimpulkan tidak terdapat bukti heteroskedastisitas pada model regresi.

### 6) Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.048	.984		1.066	.289		
	Harga	.347	.081	.464	4.261	.000	.180	5.562
	Kualitas Produk	.238	.058	.449	4.123	.000	.180	5.562

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan model regresi linier berganda tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) memiliki nilai positif sebesar 1.048 yang mengartikan apabila tidak adanya perubahan pada variabel independen (Harga dan Kualitas Produk), maka variabel dependen (Kepuasan Konsumen) nilainya adalah 1.048. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen.



- b) Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X1) memiliki nilai positif sebesar 0.347. Pada hal ini menunjukkan apabila Harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0.347 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- c) Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai positif sebesar 0.238. Pada hal ini menunjukkan apabila Harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0.238 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

## 7) Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial Variabel Harga (X1)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.505	.990		2.529	.013
	Harga	.650	.037	.870	17.482	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS*

**Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial Variabel Kualitas Produk (X2)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.313	1.064		1.234	.220
	Kualitas Produk	.460	.026	.869	17.366	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan data dari hasil penelitian tabel diatas, maka dapat disimpulkan:

- a) Diketahui variabel Harga memiliki nilai sign.  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $17.482 > 1.984$ , sehingga dapat disimpulkan apabila H1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap variabel Kepuasan Konsumen.
- b) Diketahui variabel Kualitas Produk memiliki nilai sign.  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $17.366 > 1.984$ , sehingga dapat disimpulkan apabila H2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

## 8) Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1187.730	2	593.865	186.267	.000 <sup>b</sup>
	Residual	309.260	97	3.188		
	Total	1496.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan, nilai sign.  $0.000 < 0.05$  dan nilai f hitung  $186.267 > 3.089$ , maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Harga dan variabel Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

## 9) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 <sup>a</sup>	.793	.789	1.78557

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel 4.10 hasil Uji determinasi penelitian ini menunjukkan nilai R Square sebesar 0,793 atau 79,3%. Nilai tersebut menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan sebesar 79,3% baik dari variabel Harga maupun variabel Kualitas Produk terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Sisanya sebesar 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

### b. PEMBAHASAN

#### 1) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Surabaya.

Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga suatu produk memiliki pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik Wardah di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan temuan penelitian Uji Hipotesis H1 yang menunjukkan bahwa H1 diterima, dimana mengandung arti adanya hubungan yang signifikan antara Harga dengan Kepuasan Konsumen.

Hasil pada penelitian ini mendukung hasil pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gofur, A., (2019) yang membahas “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan” dimana hasil dari penelitian tersebut yaitu variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Surabaya.**

Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Wardah di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan temuan penelitian Uji Hipotesis H2 yang menunjukkan bahwa H2 diterima, dimana mengandung arti adanya hubungan yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.

Hasil pada penelitian ini mendukung hasil pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imron, I., (2019) yang membahas “Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. Indonesian” dimana hasil dari penelitian tersebut yaitu variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**3) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Surabaya.**

Analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah di Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian Uji Hipotesis H3 dimana dapat disimpulkan apabila H3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pada penelitian ini mendukung hasil pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahmi Firdaus Ruffiansah dan Agus Hermani Daryanto Seno (202) yang membahas “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)” dimana hasil dari penelitian tersebut yaitu variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **a. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Harga produk kosmetik Wardah di Surabaya memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan klien. Hal ini ditunjukkan dengan temuan uji penelitian Parsial (T) yang menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai nilai tanda signifikan. Nilai  $0,000 < 0,05$ , sedangkan nilai t hitung sebesar  $17,482 > 1,984$ .
- 2) Kualitas produk kecantikan Wardah di Surabaya memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan temuan uji penelitian Parsial (T), dimana variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai signifikan. Nilai  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ , sedangkan nilai t hitung sebesar  $17,366$  lebih besar dari  $1,984$ .
- 3) Harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk kecantikan Wardah di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji penelitian Simultan (F) dimana variabel Harga dan Kualitas Produk memiliki nilai sign.  $0.000 < 0.05$  dan nilai f hitung  $186.267 > 3.089$ .

### **b. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti, maka dapat disimpulkan saran, yaitu:

- 1) Harga produk yang ditawarkan oleh produk kecantikan Wardah sesuai tanggapan responden sudah sesuai dengan yang diharapkan, namun Wardah harus tetap selalu konsisten dalam menetapkan suatu harga produk agar sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada konsumen. Mengingat tingginya persaingan bisnis khususnya bidang kecantikan yang tidak menutup kemungkinan untuk banyaknya kompetitor mengambil peluang dengan menawarkan produk yang lebih murah.
- 2) Kualitas produk wardah yang ditawarkan sesuai tanggapan responden sudah sesuai dengan harapan, namun dalam hal ini tidak seluruh responden menyatakan hal yang sama, ada beberapa responden yang merasa kualitas produk wardah masih kurang. Dalam hal ini pentingnya untuk Wardah selalu melakukan perbaikan dan evaluasi terhadap setiap produk yang ditawarkan, agar tidak menimbulkan penilaian negatif dari para konsumen dan menurunkan performa nilai jual produk Wardah. Serta agar Wardah tetap selalu konsisten mempertahankan ciri khas dari produknya yang sudah menjadi branding dari Wardah.

- 3) Harga dan kualitas produk kecantikan Wardah merupakan dua faktor yang dapat dijadikan perhatian oleh perusahaan, karena faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen produk Wardah.

## DAFTAR REFERENSI

- Ajjah, J. H., & Selvi, E. 2021. Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 232-236.
- Artameviah, R. 2022. PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Dai, K. E., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. *Productivity*, 3(2), 102-106.
- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. 2022. Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 1-11.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gofur, A., 2019. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), pp.37-44.
- Imron, I. 2019. Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian journal on software engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Juliandi, A., & Manurung, S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kabbi, R. 2023. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sinar Baolang di Desa O'a Mate Kecamatan Alor Barat Laut Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 992-1004.
- Learns, M. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT International Hardware Indo Di Kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Litamahuputty, J. V., & Manilet, S. 2022. PENENTUAN HARGA JUAL SAGU TUMBU PADA HOME INDUSTRY IBU SAPHIA DI NEGERI MORELA MALUKU TENGAH. *Journal of Applied Accounting Indonesian Society Of Applied Science (isas)*, 1(2), 34-46.
- Mahendra, K. P. 2019. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).

- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. 2021. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Nugroho, U. 2018. *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Purwono, F. H., Ulya, A. U., Purnasari, N., & Juniatmoko, R. 2019. *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method)*. Guepedia.
- Rufliansah, F.F. and Seno, A.H.D., 2020. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), pp.389-401.
- Santoso, J. B. 2019. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127-146.
- Simangunsong, R. M., Sihombing, R. U., & Siregar, S. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee di Desa Baribaniaek, Kecamatan Muara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(2), 65-81.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. 2023. Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Wardhana, M. A., Maryatin, M., & Prihantono, J. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16-21.