

**ANALISIS KOMPARATIF HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK PADA SKINCARE DRW-ERHA KOTA  
PANDAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**AFIFA NURBAITI PANE  
NIM. 1940200146**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**ANALISIS KOMPARATIF HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK PADA SKINCARE DRW-ERHA KOTA  
PANDAN**




**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

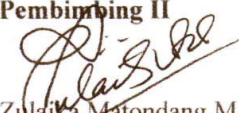
**Oleh**

**AFIFA NURBAITI PANE  
NIM. 1940200146**

**Pembimbing I**

  
Muhammad Isa, ST., MM  
NIP. 198006052011011008

**Pembimbing II**

  
Zulaika Matondang, M.Si  
NIDN. 2017058302

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**





**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **AFIFA NURBAITI PANE**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, <sup>25</sup> Maret 2024  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Syahada Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **AFIFA NURBAITI PANE** yang berjudul "**ANALISIS KOMPARATIF HARGA DAN KUALITAS PRODUK PADA SKINCARE DRW-ERHA KOTA PANDAN**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak dan Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**

**Muhammad Isa, ST., MM**  
NIP. 198006052011011008

**Pembimbing II**

**Zulauka Matondang, M.Si**  
NIDN. 2017058302

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha

Penyang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Afifa Nurbaiti Pane  
Nim : 1940200146  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis komparatif Harga dan Kualitas Produk Pada Skincare DRW-ERHA Kota pandan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku

Padangsidempuan, <sup>25</sup> Maret 2024

Yang Menyatakan

  
NIM. 1940200146

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademikan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afifa Nurbaiti Pane  
Nim : 19 402 00146  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalty Non- eksklusif (*non-exclusive royalty-free-right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “ **Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk Pada Skincare DRW- ERHA Kota Pandan**”. Dengan Hak Bebas Royalty Non- eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 6 Maret 2024

Saya yang menyatakan



**AFIFA NURBAITI PANE**

**NIM. 19 402 00146**





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : AFIFAH NURBAITI PANE  
**NIM** : 1940200146  
**Fakultas/Program Studi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**Judul Skripsi** : Analisis Komparatif Harga dan Kualitas  
Produk Skincare DRW-ERHA Kota Pandan

**Ketua**

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E  
NIDN. 2027029303

**Sekretaris**

Arti Damisa, M.E.I  
NIDN.2020128902

**Anggota**

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E  
NIDN. 2027029303

Arti Damisa, M.E.I  
NIDN.2020128902

Muhammad Isa, ST., MM  
NIDN. 2005068002

Dr. Budi Gautama Siregar, MM.  
NIDN. 2020077902

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Senin/ 13 Mei 2024  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/ 62 (C)  
**IPK** : 3.47  
**Predikat Indeks** : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KOMPARATIF HARGA DAN KUALITAS PRODUK PADA SKINCARE DRW-ERHA KOTA PANDAN**

**NAMA : AFIFANURBAITI PANE**  
**NIM : 19 402 00146**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi  
Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 11 Juli 2024

Dekan,



  
Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

Nama : Afifa Nurbaiti Pane  
NIM : 1940200146  
Judul Skripsi : Analisis Komparatif Harga Dan Kualitas Produk pada Skincare Drw-Erha Kota Pandan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis perbandingan harga serta kualitas produk antara dua merek kecantikan, DRW dan ERHA, di kawasan Pandan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh konsumen adalah ketidakjelasan mengenai perbedaan kinerja dan nilai yang ditawarkan oleh kedua merek tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui harga dan kualitas produk DRW Skincare dan ERHA Skincare di Pandan serta mengetahui adanya perbedaan antara harga dan kualitas produk antara kedua merek produk kecantikan ini. Metodologi penelitian melibatkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui survei, angket dan dokumentasi terstruktur yang melibatkan responden yang merupakan konsumen aktif atau calon konsumen produk DRW dan ERHA di Pandan. Responden terdiri dari 196 responden, dimana 100 responden untuk produk DRW Skincare dan 96 responden untuk produk ERHA Skincare. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji deskriptif, uji normalisasi, uji homogenitas dan uji paired sample test yang menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil penelitian menunjukkan dalam uji validitas bahwa r hitung lebih besar dari rtabel maka data tersebut dikatakan valid. Untuk uji reliabilitas menunjukkan bahwa cronbach's alpha > 0,60. Analisis data dilakukan dengan merinci aspek-aspek kritis dalam penetapan harga dan evaluasi kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk DRW Skincare lebih unggul dibanding produk ERHA Skincare dalam hal kualitas produknya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang preferensi konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dan perbandingan harga serta kualitas produk antara DRW dan ERHA. Implikasi temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengambil keputusan di bisnis kecantikan untuk meningkatkan strategi pemasaran, inovasi produk, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan bisnis kecantikan di Pandan dan wilayah sekitarnya.

Kata Kunci: Harga dan Kualitas produk, DRW Skincare, ERHA Skincare



## ABSTRACT

**Nama** : Afifa Nurbaiti Pane  
**NIM** : 1940200146  
**Thesis title** : **A comparative analysis of price and product quality in Drw-Erha Skincare in Pandan**

The purpose of this study is to explore and analyse the price and product quality comparisons between two beauty brands, DRW and ERHA, in the Pandan area. The primary problem faced by consumers is the confusion regarding the difference in performance and value offered by the two brands. The study aims to determine the price and product quality of DRW Skincare and ERHA Skincare in Pandan and to determine if there is a difference between the price and product quality between these two beauty product brands. A quantitative approach was used in the research methodology and purposive sampling technique was used and the Slovin formula was applied. Furthermore, data was gathered through surveys, questionnaires and structured documentation involving respondents who are active or potential consumers of DRW and ERHA products in Pandan. There were 196 respondents, of which 100 respondents for DRW Skincare products and 96 respondents for ERHA Skincare products. Data analysis was carried out through validity test, reliability test, descriptive test, normality test, homogeneity test and paired sample test using a significance level of 5% or 0.05. Results showed in the validity test is greater than rtable, so the data is considered valid. For the reliability test shows that Cronbach's alpha > 0.60. Data analysis was carried out by detailing the critical aspects of pricing and product quality evaluation. The results showed that DRW Skincare products are superior to ERHA Skincare products in terms of product quality. The implication of the findings of this study can be a foundation for decision makers in the beauty business to improve marketing strategies, product innovation, and understanding of consumer needs. Thus, this study can make a constructive impact on the development of the beauty business in Pandan and its surrounding areas.

**Keywords:** *Price and Product Quality, DRW Skincare, ERHA Skincare*

## خلاصة

الاسم : عفيفة نوربتي باني  
رقم القيد : ١٩٤٠٢٠٠١٤٦  
عنوان البحث : تحليل مقارن لأسعار المنتجات وجودتها في شركة Drw-ErhaSkincare مدينة باندا  
باندان

يهدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل مقارنات الأسعار وجودة المنتج بين علامتين تجاريتين لمستحضرات التجميل DRW و ERHA في منطقة باندا. المشكلة الرئيسية التي يواجهها المستهلكون هي عدم الوضوح فيما يتعلق بالاختلافات في الأداء والقيمة التي تقدمها العلامتان التجاريتان. الهدف من هذا البحث هو تحديد سعر وجودة منتجات DRW Skincare و ERHA Skincare في مدينة باندا وتحديد الاختلافات بين السعر وجودة المنتج بين هاتين العلامتين التجاريتين لمنتجات التجميل. تتضمن منهجية البحث منهجًا كميًا باستخدام تقنيات أخذ العينات الهادفة واستخدام صيغة سلوفين. تم جمع البيانات من خلال الدراسات الاستقصائية والاستبيانات والوثائق المنظمة التي شملت المشاركين الذين كانوا مستهلكين نشطين أو مستهلكين محتملين لمنتجات DRW و ERHA في مدينة باندا. يتألف المستجيبون من ١٩٦ مشاركًا، منهم ١٠٠ مشاركًا لمنتجات DRWSkincare و ٩٦ مشاركًا لمنتجات ERHASKincare. تم إجراء تحليل البيانات من خلال اختبارات الصلاحية واختبارات الموثوقية واختبارات الوصفية واختبارات التطبيع واختبارات التجانس واختبارات العينات المقترنة باستخدام مستوى دلالة ٥٪ أو ٠.٠٠٥. تظهر نتائج البحث في اختبار الصلاحية أن  $r_{count}$  أكبر من  $r_{table}$ ، لذلك يقال أن البيانات صحيحة. يظهر اختبار الموثوقية أن ألفا كرونباخ  $< ٠.٦٠$ . تم إجراء تحليل البيانات من خلال تفصيل الجوانب الهامة في تحديد الأسعار وتقييم جودة المنتج. تظهر نتائج البحث أن منتجات DRW Skincare تتفوق على منتجات ERHA Skincare من حيث جودة المنتج. من المتوقع أن يقدم هذا البحث صورة أوضح لتفضيلات المستهلك، والعوامل التي تؤثر على قرارات الشراء، ومقارنة السعر وجودة المنتج بين DRW و ERHA. يمكن أن تكون الآثار المترتبة على نتائج هذا البحث أساسًا لصناع القرار في مجال التجميل لتحسين استراتيجيات التسويق وابتكار المنتجات وفهم احتياجات المستهلكين. وبالتالي، يمكن لهذا البحث أن يقدم مساهمة إيجابية في تطوير أعمال التجميل في مدينة باندا والمنطقة المحيطة بها.

الكلمات الرئيسية: سعر المنتج وجودته، DRWSkincare، ERHASKincare

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa kesehatan dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk Skincare DRW- ERHA Kota Pandan.” Kemudian Shalawat bertangkaikan salam disampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikut pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Penyelesaian Skripsi ini tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan, kerjasama, bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.H.Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr.Erawadi,M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga.Bapak Dr.Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap,M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan.



2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik. Ibu Dr. Rukiah Lubis, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Alumni dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM., selaku pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si., selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing serta memberi pengarahan dan ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti hingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu serta motivasi yang sangat bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta Nahdani Hutabarat dan Ayahku Alm. Nurhan Pane yang telah membesarkanku, mendidik dan tidak pernah lelah dalam memberikan doa, kasih sayang, nasehat dan materi serta mengajarku arti sebuah kesabaran. Karya ini saya persembahkan untuk kalian.

7. Terimakasih kepada Keluarga Besar Popparan Ni PahaePahulu, kakakku Afrilya Handayani Pane S.Pd.I., Irma Desita Pane S.Pd., dan kakak Nining Novita S.I.Kom., Abang iparku Afdal Julhadi S.E., dan Padlan Qorib Siregar S.T., yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
8. Terima kasih kepada sahabat seperjuanganku Siti Sarah Dalimunthe S.E., dan teman kos Mujahida yang selalu ada disaat suka maupun duka.
9. Teman-teman pada prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang selalu bersama dalam proses perkuliahan untuk meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses.
10. Terima kasih Kepada Masyarakat Tapanuli Tengah, terkhusus kepada pihak yang terkait dalam penelitian penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan hal ini disebabkan adanya keterbatasan waktu, dana, kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu harapannya para pembaca dapat memberikan masukan dan saran-saran bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

Padangsidimpuan, 25 Maret 2024

Peneliti.

**Afifa Nurbaiti pane**  
**NIM. 1940200146**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin         | Nama                        |
|------------|------------------|---------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif             | Tidak di lambangkan | Tidak di lambangkan         |
| ب          | Ba               | B                   | Be                          |
| ت          | Ta               | T                   | Te                          |
| ث          | ša               | š                   | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim              | J                   | Je                          |
| ح          | ħa               | ħ                   | ha(dengan titik di bawah)   |
| خ          | Kha              | Kh                  | Ka dan ha                   |
| د          | Dal              | D                   | De                          |
| ذ          | žal              | ž                   | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra               | R                   | Er                          |
| ز          | Zai              | Z                   | Zet                         |
| س          | Sin              | S                   | Es                          |
| ش          | Syin             | Sy                  | es dan ye                   |
| ص          | šad              | š                   | s (dengan titik dibawah)    |
| ض          | ḍad              | ḍ                   | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ṭa               | ṭ                   | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | žā               | ž                   | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘ain             | ‘                   | Koma terbalik di atas       |
| غ          | Gain             | G                   | Ge                          |
| ف          | Fa               | F                   | Ef                          |
| ق          | Qaf              | Q                   | Ki                          |
| ك          | Kaf              | K                   | Ka                          |
| ل          | Lam              | L                   | El                          |
| م          | Mim              | M                   | Em                          |
| ن          | Nun              | N                   | En                          |
| و          | Wau              | W                   | We                          |
| ه          | Ha               | H                   | Ha                          |
| ء          | Hamzah           | ..’..               | Apostrof                    |
| ي          | Ya               | Y                   | Ye                          |



## 1. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

A. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ـَ    | fathah | A           | A    |
| ـِ    | Kasrah | I           | I    |
| ـُ    | ḍommah | U           | U    |

B. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama           | Gabungan | Nama    |
|-----------------|----------------|----------|---------|
| ـِى             | fathah dan ya  | Ai       | a dan i |
| ـِو             | fathah dan wau | Au       | a dan u |

C. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

| Harkat dan Huruf | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                 |
|------------------|-------------------------|-----------------|----------------------|
| ـَا              | fathah dan alif atau ya | ā               | a dan garis atas     |
| ـِى              | Kasrah dan ya           | ī               | I dan garis di bawah |
| ـُو              | ḍommah dan wau          | ū               | u dan garis di atas  |

## 2. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua:

- 1 *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2 *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 3. ***Syaddah (Tasydid)***

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

### 4. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

**A.** Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

**B.** Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

### 5. **Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir

kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## 6. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## 7. **Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital sepertiapa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## 8. **Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman Transliterasi Arab-Latin.  
Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur  
Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| <b>SAMPUL DEPAN</b>                              |           |
| <b>HALAMAN JUDUL</b>                             |           |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>             |           |
| <b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>               |           |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI, TESIS</b> |           |
| <b>BERITA ACARA MUNAQASYAH</b>                   |           |
| <b>LEMBAR PENGISIAN DEKAN/DIREKTUR</b>           |           |
| <b>ABSTAK</b>                                    |           |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                            |           |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b>          |           |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                |           |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                              |           |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                             |           |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                           |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                    | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah .....                  | 1         |
| B. Identifikasi Masalah.....                     | 8         |
| C. Batasan Masalah .....                         | 9         |
| D. Defenisi Operaional Variabel .....            | 9         |
| E. Rumusan Masalah.....                          | 10        |
| F. Tujuan Penelitian .....                       | 10        |
| G. Manfaat Penelitian .....                      | 10        |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>               | <b>11</b> |
| A. Landasan Teori.....                           | 11        |
| B. Penelitian Terdahulu .....                    | 25        |
| C. Kerangka Pikir .....                          | 27        |
| D. Hipotesis .....                               | 29        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>           | <b>30</b> |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....             | 30        |
| B. Jenis Penelitian.....                         | 30        |

|   |           |
|---|-----------|
| C. Populasi dan Sampel .....                      | 30        |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....                   | 33        |
| E. Uji Instrumen (Validitas dan Reabilitas) ..... | 35        |
| F. Teknik Analisis Data.....                      | 36        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>               | <b>42</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....           | 42        |
| B. Deskripsi Data Penelitian .....                | 45        |
| C. Analisis Data .....                            | 46        |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian .....              | 55        |
| E. Keterbatasan Penelitian.....                   | 58        |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                              |           |
| A. Kesimpulan.....                                | 60        |
| B. Saran.....                                     | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                             |           |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>                       |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                          |           |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel I.1 Perbandingan Harga DRW dan ERHA .....                             | 6  |
| Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel.....                                | 9  |
| Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....  | 25 |
| Tabel III.1 Skor dalam Penelitian .....                                     | 35 |
| Tabel III.2 Kisi- kisi instrumen Penelitian .....                           | 36 |
| Tabel III.3 Jenis Data dan Uji Statistik pada Analisis Komperatif .....     | 41 |
| Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                   | 46 |
| Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                       | 47 |
| Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga DRW .....              | 48 |
| Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk DRW .....    | 48 |
| Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga ERHA.....              | 49 |
| Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk ERHA.....    | 49 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga DRW .....                  | 50 |
| Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk DRW.....        | 50 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga ERHA .....                | 51 |
| Tabel IV.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ERHA .....      | 51 |
| Tabel IV.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....                             | 52 |
| Tabel IV.16 Hasil Uji Normalitas .....                                      | 53 |
| Tabel IV.17 Hasil Uji Homogenitas Variabel Harga DRW -ERHA .....            | 54 |
| Tabel IV.18 Hasil Uji Homogenitas Variabel Kualitas Produk DRW - ERHA ..... | 54 |
| Tabel IV.20 Hasil Uji Perbedaan Harga DRW- ERHA.....                        | 55 |
| Tabel IV.21 Hasil Uji Perbedaan Kualitas Produk DRW- ERHA.....              | 56 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Gambar II.1 Kerangka Pikir .....     | 29 |
| Gambar IV.1 Logo DRW Skincare .....  | 44 |
| Gambar IV.2 Logo ERHA Skincare ..... | 46 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis kecantikan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Suatu produk kecantikan ini dapat mendukung suatu perkembangan yang dapat meningkatkan penjualan skincare. Skincare itu sendiri merupakan sebuah rangkaian perawatan kecantikan kulit dengan menggunakan produk tertentu agar kulit dapat selalu ternutrisi. Skincare adalah suatu kebutuhan sekunder untuk para wanita gunanya untuk mempercantik diri yang dibutuhkan untuk menunjang sebuah penampilan seseorang. Dimasa sekarang ini skincare telah menjadi suatu trend dikalangan remaja terutama pada perempuan.

Maka dari hal itu dengan adanya suatu perkembangan teknologi yang dapat menginspirasi seseorang dalam menunjang penampilan mereka. Berbagai inovasi yang telah diciptakan oleh para produsen skincare mereka tidak hanya menciptakan skincare untuk para wanita saja tetapi produk skincare yang mereka buat dapat digunakan untuk para kaum pria. Skincare atau dapat disebut juga dengan perawatan kulit yang saat ini sangat terkenal dan banyak masyarakat percaya untuk membeli produk skincare. Banyak wanita yang tidak merasa nyaman dengan tubuh dan merasa kurang puas dengan kecantikan yang di miliknya mencari penyelesaian dengan melakukan perawatan agar dapat tampil lebih cantik dan menarik . Dengan melakukan perawatan mereka menggunakan produk kecantikan untuk mendapatkan penampilan yang sempurna.



DRW Skincare merupakan skincare yang didirikan pada tahun 2014. DRW Skincare juga sudah terdaftar BPOM dan berlabel halal yang dapat digunakan mulai dari usia remaja serta aman digunakan untuk ibu hamil dan tentunya juga menyediakan berbagai produk yang juga di butuhkan para konsumen mereka. Ada banyak produk yang telah disediakan oleh DRW Skincare yaitu beberapa rangkaian produk skincare ini juga telah menyediakan banyak sekali macamnya *body care, hair care*. Produk ini juga telah menyediakan banyak sekali macam macam rangkaian produk paket untuk wajah yang telah disesuaikan dengan kebutuhan kulit mereka masing masing.

DRW bisa digunakan oleh segala usia, salah satunya remaja dari anak berusia 13 tahun hingga dewasa muda. Karena kualitas yang dimiliki produk DRW skincare sangat bagus, dan sudah terjamin kualitasnya, produk sudah berlabel halal serta harga yang ditawarkan relatif wajar untuk ukuran penjualan DRW skincare. Sehingga dapat menarik minat beli masyarakat, DRW skincare aman digunakan karena formulanya membantu banyak wanita dan pria mengatasi masalah kulit yang terjadi mulai dari kulit kering, berjerawat, kusam, flek. DRW skincare memastikan semua produknya ramah lingkungan karena terbuat dari bahan ekstrak herbal alami, selain mengandung bahan herbal alami yang berguna bagi kesehatan kulit. DRW skincare mengandung bahan bahan lainnya misalnya, arbutin alfa, kolagen, dan vitamin B3.

Bahan bahan ini sangat aman bagi wajah hingga membuat kulit menjadi sehat dan berseri. ERHA Skincare merupakan brand asal Indonesia yang berdiri sejak tahun 1999 ERHA Skincare didirikan oleh dr.Ronny

Handoko,Sp.KK. Brand ini kini telah berkembang menjadi Skincare spesialis kulit yang menyediakan beragam produk.ERHA Skincare juga sudah terdaftar di BPOM dan berlabel halal dapat digunakan mulai dari kalangan remaja ERHA Skincare juga sangat aman digunakan untuk ibu hamil. ERHA menjadi salah satu merek perawatan kulit lokal paling ternama, rangkain produk ERHA skincare memberikan solusi terbaik untuk menuntaskan dan menghilangkan jerawat, bekas jerawat, serta perawatan kulit berminyak. Bahan bahan aktif yang terkandung di dalam skincare tersebut tentunya dari bahan bahan alami yang telah teruji klinis dan penelitian di laboratorium yang terbukti mampu mengubah struktur kulit untuk membantu segala jenis permasalahan yang terjadi pada kulit.

Survei awal dilakukan terhadap masyarakat kota Pandan dengan jumlah 30 orang. Masyarakat yang memakai produk DRW sebanyak 18 orang dan yang memakai produk ERHA sebanyak 12 orang Hasil dari survei awal yang peneliti lakukan: Ibu Nining Novita menyampaikan ia lebih tertarik kepada produk Skincare DRW walaupun harga DRW lebih tinggi di banding ERHA. Tidak peduli dengan perbandingan harganya yang penting kualitas produk yang ditawarkan memuaskan.<sup>1</sup> Selanjutnya pada Ibu Irma menggunakan produk Skincare karena adanya tawaran dari tetangga, kemudahan produk di peroleh disekitar lingkungan.Menurut Ibu Irma kedua produk kualitasnya sama

---

<sup>1</sup>Nining Novita, Wiraswasta PT. London Sumatera, *wawancara*, (Pandan, 25 agustus 2023. Pukul 14.30 WIB).

sama baik dan harga kedua produk tidak terlalu tinggi dan masih terjangkau oleh anak remaja dan ibu rumah tangga.<sup>2</sup>

Selaras dengan Ibu Irma, Saudari Afrilya juga mengungkapkan menggunakan produk DRW Skincare karena promosi yang diperoleh dari lingkungan sedangkan kualitas dan harga dari kedua produk *relatif* sama.<sup>3</sup> Selain itu Saudara Megi Supandi mengungkapkan alasannya menggunakan produk DRW Skincare itu karena kecocokan terhadap produk, sedangkan produk ERHA Skincare kurang diketahui. Menurut Megi Supandi perbedaan harga DRW yang tinggi di banding ERHA tidak masalah yang penting kualitas produk bagus.<sup>4</sup>

Sementara itu saudari Siti Sarah mengungkapkan alasannya lebih memilih produk DRW itu karena sangat cocok dengan kebutuhan kulitnya sedangkan produk ERHA kurang di ketahui untuk kualitas produk hampir sama dan selisih harga tidak terlalu jauh .<sup>5</sup>

Saudari Sri Wahyunita menyampaikan ia tidak cocok menggunakan ERHA karena pemakaian cream wajah yang tidak cocok membuat kemerahan diwajahnya walaupun harga produk ERHA dapat dikatakan terjangkau namun ia lebih memilih berhenti menggunakan produk ERHA .<sup>6</sup> Selanjutnya pada saudari Dian Rahmayani menurut yang bersangkutan pemakaian cream wajah

---

<sup>2</sup>Irma, Wiraswasta Guru Pendidikan Bahasa Inggris, *wawancara*, (Pandan, 25 agustus 2023. Pukul 14.30 WIB).

<sup>3</sup>Afrilya,Nining Novita, Wiraswasta Guru Pendidikan Agama, *wawancara*, (Pandan, 28 agustus 2023. Pukul 15.40 WIB).

<sup>4</sup> Megi Supandi, Wiraswasta di PT. Satya Kisma Usaha, *wawancara*, (Pandan, 26 agustus 2023, Pukul 13.20 WIB).

<sup>5</sup> Siti Sarah, Mahasiswa ,*wawancara*, (Pandan, 26 agustus 2023, Pukul 13,20 WIB).

<sup>6</sup> Sri Wahyunita , Mahasiswa ,*wawancara*, (Pandan, 28 agustus 2023, Pukul15.13 WIB).

ERHA tersebut sangat rumit memang setelah menggunakan cream wajah tersebut wajah tampak putih dan bersih namun wajahnya kembali berjerawat sehingga ia memutuskan untuk berhenti memakai produk ERHA .<sup>7</sup> Selaras dengan Saudari Dian Rahmayani saudari Yusnida juga mengungkapkan ketidakcocokannya memakai produk ERHA karena kegiatannya saudari yang berada diluar ruangan membuat pemakaian produk ERHA kurang maksimal selain itu menimbulkan minyak yang berlebih pada wajah sehingga ia memutuskan untuk berhenti memakai produk ERHA .<sup>8</sup>

Selain itu saudari Sopia juga mengungkapkan ketidakcocokannya memakai produk ERHA menurutnya proses kerja produk tersebut sangat lama sehingga ia memutuskan untuk berhenti dan memilih produk Skincare yang lain.<sup>9</sup> Sementara itu saudari Rina mengungkapkan alasannya tidak cocok memakai skincare ERHA karena setelah pemakain seminggu wajahnya menghitam dan kusam, serta timbul bintik merah pada kulit wajahnya sehingga ia memutuskan berhenti memakai produk tersebut dan beralih ke skincare yang baru.<sup>10</sup>

Hasil survei awal yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan banyaknya masyarakat Pandan,Tapanuli Tengah lebih memilih dan menyukai produk DRW Skincare dibandingkan produk ERHA Skincare .Berdasarkan hasil survei ini penting diketahui pengambilan keputusan pembelian untuk tidak sembarangan memilih produk Skincare. Pengambilan keputusan pembelian

---

<sup>7</sup> Dian rahmayani,Mahasiswa ,*wawancara*, (Pandan, 27 agustus 2023, Pukul15.20 WIB).

<sup>8</sup> Yusnida, Mahasiswa ,*wawancara*, (Pandan, 27 agustus 2023, Pukul15.45 WIB).

<sup>9</sup> Sopia , Mahasiswa, *wawancara*, (Pandan,28 agustus 2023, Pukul 12.01 WIB).

<sup>10</sup> Rina, Mahasiswa, *wawancara*, (Pandan,28 agustus 2023 , Pukul 13.21 WIB).

konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga dan kualitas produk.

Persepsi harga dapat memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Harga yang tinggi seringkali dianggap sebagai indikasi kualitas yang lebih baik, sementara harga yang lebih rendah mungkin diartikan sebagai produk yang lebih terjangkau. Ini menciptakan berbagai persepsi yang mempengaruhi preferensi konsumen dan segmen pasar yang dituju oleh suatu produk.<sup>11</sup> Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi konsumen yang membeli. Harga merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih produk maupun jasa. Bagi pengambil keputusan untuk melanjutkan membeli suatu produk atau membatalkannya. Dalam kondisi yang normal hubungan permintaan dan harga adalah berlawanan yaitu semakin tinggi harga produk maka semakin rendah keputusan dalam membeli produk tersebut dan sebaliknya. Bagi konsumen dapat membeli suatu produk jika manfaatnya pada produk tersebut sesuai dengan harganya.

---

<sup>11</sup>Assauri. *Manajemen Pemasaran*, (Edisi 1), (Jakarta: Rajawali Pustaka, 2015).

**Tabel I.1 Perbandingan Harga DRW dan ERHA**

| No                           | Produk      | Harga      |            | Pernyataan Perbandingan |      |
|------------------------------|-------------|------------|------------|-------------------------|------|
|                              |             | DRW        | ERHA       | DRW                     | ERHA |
| 1                            | Sabun wajah | Rp.95.000  | Rp.77.000  | 7                       | 4    |
| 2                            | Krim malam  | Rp.145.000 | Rp.130.000 | 6                       | 3    |
| 3                            | Krim siang  | Rp.140.000 | Rp.125.000 | 1                       | -    |
| 4                            | Lulurbadan  | Rp.120.000 | Rp.119.000 | 1                       | 3    |
| 5                            | Hairtonic   | Rp.120.000 | Rp.92.000  | 3                       | 2    |
| Jumlah Keseluruhan: 30 orang |             |            |            |                         |      |

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah diperoleh informasi bahwa harga produk DRW dan ERHA tersebut tidak jauh berbeda masyarakat lebih memilih harga yang tinggi namun kualitasnya bagus. Perusahaan yang fokus pada meningkatkan kualitas produknya cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen dan dapat menciptakan loyalitas pelanggan.<sup>12</sup> Peningkatan kualitas juga dapat memperkuat citra merek dan berkontribusi pada keberhasilan strategi pemasaran perusahaan. Maka diambil kesimpulan bahwa produk berkualitas dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Mengingat kualitas produk sangat berkaitan erat dengan masalah keputusan pembelian oleh konsumen hal inilah yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk.

---

<sup>12</sup>Khaerudin, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek K24 Bintaro. *Jurnal Manajemen & Pendidikan*, Volume 1, No.2, 2023, hlm. 142-152.



Berdasarkan hasil wawancara pada masyarakat Pandan, Tapanuli Tengah bahwa kualitas produk DRW dan ERHA sama sama bagus dari bahan bahan pilihan serta memiliki label halal dan hubungannya pun sangat erat sehingga semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi tingkat pembelian konsumen yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil wawancara pada masyarakat Pandan, Tapanuli Tengah dapat membedakan antara produk DRW dan ERHA itu mempunyai kualitas yang sama bagusnya dan harganya juga masih terjangkau, akan tetapi konsumen lebih memilih produk DRW daripada ERHA sehingga peneliti tertarik untuk meneliti di Pandan, Tapanuli Tengah dengan judul **“Analisis Komparatif Harga dan Kualitas pada Skincare DRW dan ERHA Kota Pandan”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan observasi, para konsumen lebih memilih produk DRW daripada produk ERHA.
2. Berdasarkan observasi, masyarakat tetap memilih produk DRW daripada produk ERHA, walaupun harga produk ERHA lebih murah dan terjangkau.
3. Berdasarkan observasi, para konsumen lebih cocok menggunakan produk DRW daripada Produk ERHA karena kualitasnya produk DRW sangat bagus.

### C. Batasan Masalah

Peneliti tidak akan membahas semua faktor yang mempengaruhi semua keputusan pembeli sehingga masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu analisis komparatif harga dan kualitas produk pada Skincare DRW dan ERHA kota Pandan.

### D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel pada penelitian ini terdapat dua yaitu :

**Tabel I.2 Defenisi Operasional Variabel**

| Variabel        | Defenisi   | Indikator  | Skala   |
|-----------------|--|--|---------|
| Harga           | Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk skincare DRW dan produk skincare ERHA | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Produk</li> <li>2. Diskon dan Promosi</li> <li>3. Perbandingan Harga</li> <li>4. Harga Relatif</li> </ol>          | Ordinal |
| Kualitas produk | Kualitas produk adalah tingkat keunggulan dan keandalan produk skincare DRW dan produk skincare ERHA                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan atau Komposisi</li> <li>2. Efektivitas Produk</li> <li>3. Keamanan Produk</li> <li>4. Daya tahan produk</li> </ol> | Ordinal |

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan antara harga dan kualitas produk DRW Skincare dan ERHA Skincare di Kota Pandan?.

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara harga dan kualitas produk DRW dan ERHA Skincare di Kota Pandan.

### **G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berhubungan

#### 1. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang sudah di pelajari di bangku kuliah, dan menambah pengalaman dan sarana latihan bagi peneliti dalam memecahkan masalah yang ada didalam analisis komparatif harga dan kualitas produk pada skincare DRW- ERHA di Kota Pandan.

#### 2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Dapat menambah referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

### 3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang produk kecantikan kepada masyarakat .

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengaplikasikan dalam penelitian yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, perusahaan tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara.<sup>13</sup>

Harga adalah jumlah uang yang di perlukan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dari suatu produk dan pelayanannya.<sup>14</sup> Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan.<sup>15</sup>

Harga adalah yang dibebankan untuk sesuatu barang. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang yang ditentukan oleh penjual barang atau jasa dan dibayar oleh pembeli suatu produk barang atau jasa untuk memenuhi satu kebutuhan dan keinginan pembeli.

---

<sup>13</sup>Kotler dan Amstrong ,*Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2010).

<sup>14</sup> William J. Stone, *Fundamentals of Marketing*, (New York: McGraw-Hill, 1994).

<sup>15</sup>Sule dan Hasanudin, *Manajemen bisnis syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016),

### a. Indikator- Indikator Harga

Adapun empat Indikator Harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli.<sup>16</sup>

#### 1) Keterjangkauan Harga

Harga memiliki dua jenis yaitu harga yang terlalu mahal dan harga yang terlalu murah. Pelanggan bisa mengetahui harga yang telah ditetapkan oleh penjual atau perusahaan. Harga dan produk memiliki berbagai jenis seperti dalam satu produk memiliki berbagai jenis harga. Pelanggan akan membeli produk tersebut dengan harga yang sudah ditetapkan untuk para pelanggan dari perusahaan.<sup>17</sup>

#### 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga dijadikan suatu indikator kualitas bagi para pelanggan. Pelanggan memilih harga tinggi atau murah, secara dibandingkan pelanggan juga melihat perbedaan kualitas tersebut. Seringkali pelanggan beranggapan apabila harga yang rendah itu dideskripsikan kualitasnya juga rendah, sedangkan harga tinggi mendeskripsikan bahwa kualitas tersebut jauh lebih bagus.<sup>18</sup>

#### 3) Kesesuaian Harga dengan manfaat

Pelanggan yang memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk yang akan bermanfaat dan dapat dirasakan olehnya. Berasumsi apakah ada manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan

---

<sup>16</sup>Ryan Filbert, *Panduan Lengkap Investasi Saham*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2013).

<sup>17</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

<sup>18</sup>Freddy Rangkuti, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009)



yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Mungkin bisa saja pelanggan tidak mendapatkan manfaat yang dirasakan setelah apa yang dikeluarkan oleh pelanggan, apabila pelanggan mendapatkan manfaat yang kurang diinginkan, maka pelanggan akan memikirkan kembali untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa tersebut.

4) Harga sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing Harga

Pelanggan sering sekali membandingkan harga suatu produk dengan yang lainnya. Pelanggan akan mempertimbangkan dalam pembelian produk dengan melihat murah atau mahal suatu produk.

**b. Faktor Yang Mempengaruhi Harga**

Faktor- faktor yang mempengaruhi harga ada enam yaitu:<sup>19</sup>

- 1) *Demand for the product* yaitu perusahaan perlu memperkirakan permintaan terhadap produk yang merupakan langkah penting dalam pendapatan harga suatu produk.
- 2) *Target share of the market share*, yang ditargetkan oleh perusahaan.
- 3) *Competitive reaction* reaksi dari pesaing.
- 4) *Use of creams skimming pricing of penetration pricing* yaitu mempertimbangkan langkah langkah yang perlu diambil pada saat perusahaan memasuki pasar dengan harga tinggi atau dengan harga yang murah.

---

<sup>19</sup> Abdurrahman, *Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013).

5) *Other parts of the marketing mix* yaitu perusahaan perlu mempertimbangkan kebijakan *marketing mix*.

### c. Tujuan Penetapan Harga

Kebijakan harga diawali dengan mengembangkan tujuan harga terlebih dahulu. Penentuan tujuan harga perlu menguasai dengan tujuan lain dalam kegiatan pemasaran. Terdapat berbagai tujuan yang bisa digunakan dalam penetapan harga. Diantaranya ada lima yaitu:<sup>20</sup>

- 1) Mencapai penjualan atau bagian pasar dengan proporsi tertentu. Pemasaran bisa menetapkan tujuan harga misalnya, untuk mencapai pertumbuhan penjualan sebagai 10 persen atau mencapai penguasaan pasar menjadi 40 persen dari bagian persen.
- 2) Mencapai proporsi atau jumlah keuntungan tertentu, berbeda dengan tujuan pertama, pemasaran laba terlebih dahulu baru laba akan menjadi penentu penjualan
- 3) Memberikan efek tertentu terhadap persaingan, misalnya penetapan harga ditujukan untuk mencapai pesaing tidak masuk dengan menekan harga serendah rendahnya, atau untuk mengimbangi penawaran
- 4) Memberikan kepuasan pada konsumen, dengan membuat penetapan harga yang transparan dan untuk mempertahankan konsumen. Prinsip dalam tujuan ini adalah kepuasan konsumen akan menjadi penentu bagi kelangsungan penjualan dalam jangka panjang.

---

<sup>20</sup>Manap, *Revolusi manajemen pemasaran*. (Jakarta: mitra wacana media, 2016)

- 5) Memberikan citra tertentu, dengan menetapkan harga tertentu agar citra produk tertentu bisa di capai. Jika produk ingin dicitrakan produk yang prestisius, maka harga tinggi akan menjadi tinggi menjadi kecendrungan harga, sebaliknya penting untuk menetapkan harga produk yang sesuai dengan citra yang diinginkan agar konsisten dengan persepsi pelanggan terhadap nilai produk tersebut.

**d. Harga Menurut Pandangan Islam**

Dalam islam, harga di lihat sebagai aspek penting dalam perdagangan yang harus di didasarkn pada prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi. Berikut adalah pandangan islam tentang harga berdasarkan hadist yaitu “Tidak halal harga barang sebelum diukur atau ditimbang.” (HR. Tirmidzi).

Hadist ini adalah salah satu dari enam kitab hadist utama dalam islam, yang juga termasuk Shahih Bukhari, Shahih Muslim, Sunan Abu Daud, Sunan An- Nasa’i, dan Sunan Ibn Majah. Dalam hadist ini menekankan pentingnya keadilan dan transparansi dalam perdagangan. Dalam Islam, penentuan harga haruslah didasarkan pada ukuran dan timbangan yang akurat, serta sesuai dengan nilai sebenarnya dari barang yang diperdagangkan. Hal ini menghindari praktik-praktik penipuan atau manipulasi harga yang merugikan konsumen.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Imam Abu ‘Isa Muhammad bin ‘Isa at-Tirmidzi, *Sunan Tirmidzi (Sunan At- Tirmidzi)*, (Arab Saudi: Darussalam Publishers, 2019).

## 2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan.<sup>22</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak hanya bergantung pada satu faktor, tetapi merupakan kombinasi dari berbagai aspek. Kualitas produk adalah kesesuaian penggunaan (*fitness for use*) yang berarti produk harus bebas dari defisiensi.<sup>23</sup>

Kualitas produk adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual.<sup>24</sup> Kualitas produk adalah peningkatan kualitas melalui pengurangan variasi dan menganjurkan pendekatan berkelanjutan terhadap perbaikan kualitas.<sup>25</sup> Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian dari pengaruh kualitas produk adalah konsep yang kompleks dan multidimensional, melibatkan berbagai aspek dari kinerja teknis hingga persepsi pelanggan. Fokus pada fungsi dan kegunaan produk, serta upaya berkelanjutan untuk meningkatkan proses produksi dan layanan, merupakan kunci untuk mencapai dan mempertahankan kualitas produk yang tinggi. Memahami dan memenuhi ekspektasi pelanggan sangat penting dalam menentukan dan meningkatkan kualitas produk

---

<sup>22</sup>Philip Kotler, *Marketing Management*, (Upper Saddle River: Pearson Education, 2016).

<sup>23</sup>Joseph M. Juran, *Juran Quality Handbook*, (New York: McGraw-Hill, 1999).

<sup>24</sup> A Parasuraman, Valarie A. Zeithami, dan Leonard L, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, (New York: Free Press, 1990).

<sup>25</sup>William Edward Deming, *Out of the crisis*, (Cambridge: MIT Press, 1986).

### a. Pengertian Pengaruh Kualitas Produk Pada Konsumen

Persaingan dunia bisnis yang bergejolak mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus berusaha mencari sesuatu yang berbeda dan menarik agar selalu menang diantara yang lain. Kebutuhan dan keinginan untuk mempunyai keunggulan bersaing tersebut telah membawa para ilmuwan dalam pengembangan manajemen kualitas. Munculnya Globalisasi mengakibatkan terjadinya persaingan secara keseluruhan antara perusahaan. Selain itu semakin bertambahnya kesadaran dan harapan konsumen terhadap kualitas. Sehingga kualitas produk perlu dipertimbangkan oleh pemasaran.

Faktor – faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk ada 9 bidang, yaitu :<sup>26</sup>

1. *Market* (Pasar) Setiap produk yang ditawarkan ke pelanggan akan terus bertumbuh dan semakin baik seiring berjalannya teknologi. Pelanggan diarahkan untuk mempercayai bahwa sebuah produk akan membantu memenuhi setiap kebutuhannya. Pada masa sekarang pelanggan diminta dan akan memperoleh produk yang lebih baik memenuhi kebutuhannya saat ini. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi didalam barang yang ditawarkan. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi

---

<sup>26</sup> Nofita Wulandary, “Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Layanan Indihome, *Skripsi*, (Bandung : Telkom University, 2021), hlm.17

bersifat internasional dan mendunia. Selanjutnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. *Money* (Uang) Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (marjin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, yang harus dibayar melalui naiknya produktivitas, lalu menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barang afkiran dan pengulang kerjaan yang sangat serius. Kenyataan ini memfokuskan perhatian pada manajer pada bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba.
3. *Management* (Manajemen). Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Ada bagian pemasaran yang bertanggung jawab atas fungsi perencanaan produknya, hingga harus membuat persyaratan produk. Selanjutnya ada bagian perancangan, yang bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan tersebut. Ada bagian produksi yang bertanggung jawab mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk yang sesuai dengan spesifikasi rancangannya. Dan yang terakhir ada bagian pengendalian kualitas yang bertanggung jawab atas

merencanakan pengukuran kualitas pada seluruh aliran proses yang menjamin bahwa hasil akhir telah memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai pada pelanggan menjadi bagian yang penting dari paket produk total. Hal ini telah menambah beban manajemen puncak khususnya bertambahnya kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas.

4. *Men* (Manusia). Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.
5. *Motivation* (Motivasi). Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

6. *Material* (Bahan) Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.
7. *Machine and Mecanization* (Mesin dan Mekanik) Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah terdorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.
8. *ModernInformation Metode* (Metode Informasi Modern) Untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk memanajemeni informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis.
9. *Mounting ProductRequirement* (Persyaratan Proses Produksi) Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian



yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan kehandalan produk.

Adapun indikator – indikator dalam kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli, seperti kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.

2. Fitur (*Features*)

Kesitimewaan tambahan merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya seperti kelengkapan interior dan eksterior seperti *Dash Board*, *AC*, *Sound System*, *Door Lock System*, *Power Steering*, dan sebagainya.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan merupakan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, contohnya seperti kendaraan mobil atau motor tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*)

Kesesuaian dengan spesifikasi merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Contohnya seperti standar keamanan dan

emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.

5. Daya tahan (*Durability*)

Daya tahan merupakan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut selalu dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

6. Estetika (*Asthetic*)

Estetika merupakan daya tarik produk terhadap panca indera. Contohnya seperti bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.

7. Kecepatan (*Serviceability*)

Kecepatannya merupakan yakni kecepatan, kompetensi, kenyamanan dan kemudahan penggunaan serta penanganan keluhan yang memuaskan.

### **b.Pengertian Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam**

Perspektif Islam merujuk pada cara pandang atau sudut pandang yang berdasarkan ajaran dan prinsip-prinsip Islam. Perspektif ini mencakup berbagai aspek kehidupan yang diatur oleh syariat (hukum Islam) dan ajaran agama, yang bersumber dari Al- Qur'an, Sunnah (Hadist Nabi Muhammad SAW).

Dalam perspektif Islam, kualitas produk mencakup dimensi yang lebih luas daripada sekedar aspek material atau fisik. Kualitas produk

dalam pandangan Islam melibatkan prinsip kejujuran dan transparansi. Dimana pedagang harus jujur dalam menginformasikan tentang produk, termasuk bahan-bahan yang digunakan, cara pembuatan, serta manfaat dan resikonya. Transparansi ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen yang tercantum dalam ayat: QS. Al-Mutaffifin (83:1-3):<sup>27</sup>

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya : “Kejahatanlah bagi orang-orang yang curang, yang apabila mereka menyerahkan sesuatu untuk diukur atau ditimbang kepada orang lain, mereka menuntut penuh. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Tafsiran ayat diatas menegaskan larangan terhadap kecurangan dan penipuan dalam perdagangan. Dalam konteks analisis produk, ini menekankan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam menyajikan informasi tentang harga dan kualitas produk.

---

<sup>27</sup> QS. Al- Mutaffifin (83:1-3).

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu beberapa penelitian tersebut antara lain :

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti   | Judul Peneliti   | Hasil Penelitian  |
|----|---|--|---|
| 1. | Nurhasannah, Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, RIAU, 2016 | Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga antara Smartphone Xiaomi dengan Samsung (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016) | Menunjukkan bahwa persepsi konsumen memiliki perbedaan yang signifikan antara Smartphone Samsung dan Xiaomi . Sementara itu, kualitas produk dan spesifikasi memiliki perbedaan yang tidak signifikan antara Smartphone Samsung dan Xiaomi. <sup>28</sup> |
| 2. | Siti Nurrohmah, Skripsi, Universitas Pakuan, Bogor 2020             | Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kecantikan Dalam Negeri dan Luar Negeri.  | Menunjukkan bahwa produk kecantikan dalam Negeri lebih unggul dibandingkan Negara lain. <sup>29</sup>   |
| 3. | Sari, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2017              | Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen tentang Merek, Kualitas, Desain dan Label Halal  | Menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam variabel merek, kualitas dan label halal antara kosmetik Wardah dan  |

<sup>28</sup>Nurhasannah, Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga antara Smartphone Xiaomi dengan Samsung (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014-2016), *Skripsi*, (Riau: Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2016).

<sup>29</sup>Siti Nurrohmah, Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri dan Luar Negeri, *Skripsi*, (Bogor: Universitas Pakuan, 2020)

|    |   |   |
|----|---|---|
|    | Produk Kosmetik.  | Maybelline. <sup>30</sup>   |
| 4. | Purwanto dan Wardhana, Skripsi, UNSIQ Jawa Tengah, Wonosobo 2016        | Analisis Perbandingan Atribut Produk Kosmetik <i>All In One Face Base By The Body Shop</i> dengan <i>Face It Radiance Powder By The Face Shop</i> .                         |
|    |   | Menunjukkan bahwa atribut produk kosmetik <i>Face It Radiance Powder By The Face Shop</i> lebih baik dibanding <i>All In One Face Base By The Body Shop</i> . <sup>31</sup> |
| 5. | Mutiah Kahairah Situmorang, Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021 | Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Dan Harga Gojek Dan Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.   |
|    |   | Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki perbedaan yang signifikan antara jasa Gojek dan Grab. <sup>32</sup>   |

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Persamaan antara penelitian Nurhasanah dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti harga dan kualitas produknya, sedangkan perbedaannya konsumen, lokasi dan produk yang diteliti.

Persamaan penelitian Siti Nurrohmah dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti produk kecantikan, studi kasusnya sama sama masyarakat,

<sup>30</sup>Sari, Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen tentang Merek, Kualitas, Desain dan Label Halal Produk Kosmetik, *Skripsi*, (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2017).

<sup>31</sup>Purwanto dan Wardhana, Analisis Perbandingan Atribut Produk Kosmetik *All In One Face Base By The Body Shop* dengan *Face It Radiance Powder By The Face Shop*, *Skripsi*, (Wonosobo: UNSIQ Jawa Tengah, 2016).

<sup>32</sup> Mutiah Kahairah Situmorang, Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Dan Harga Gojek Dan Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, *Skripsi*, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

sedangkan perbedaannya adalah Siti Nurrohmah meneliti dalam dan luar negeri sedangkan peneliti meneliti produk hanya dalam negeri.

Persamaan penelitian Sari, dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti produk kecantikan. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis variabelnya, Sari meneliti citra merek, label halal dan kualitas desain sedangkan peneliti meneliti harga dan kualitas produk.

Persamaan penelitian Purwanto dan Wardhana dengan penelitian ini adalah sama-sama produk kecantikan, sedangkan perbedaannya adalah Purwanto dan Wardhana meneliti variabel atribut kosmetik dan peneliti meneliti harga dan kualitas produk kosmetik.

Persamaan penelitian Mutiah dengan penelitian ini adalah penelitian variabel yang sama yaitu harga. Sedangkan perbedaannya adalah produk yang diteliti dan studinya.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu model konseptual yang menggambarkan hubungan antara teori dan faktor-faktor yang telah ditentukan sebagai masalah yang signifikan. Kerangka fikir memberikan struktur untuk memahami bagaimana konsep-konsep tersebut saling berinteraksi, membantu peneliti merinci landasan teoritis yang mendukung penelitian mereka dan mengarahkan analisis terhadap aspek-aspek yang dianggap penting dalam

konteks penelitian.<sup>33</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis komparatif harga, kualitas produk skincare DRW dan ERHA.

Harga merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih produk maupun jasa. Bagi konsumen harga merupakan faktor utama yang menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian ungkapan untuk melanjutkan membeli suatu produk. Kualitas produk merupakan faktor utama juga selain dari harga. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga semakin bagus kualitas produk maka konsumen akan lebih banyak menggunakan produk tersebut. Sehingga perlu dikaji dan diteliti bagaimana perbandingannya.

**Gambar II.1 Kerangka Pikir Perbandingan Produk Skincare DRW dan**

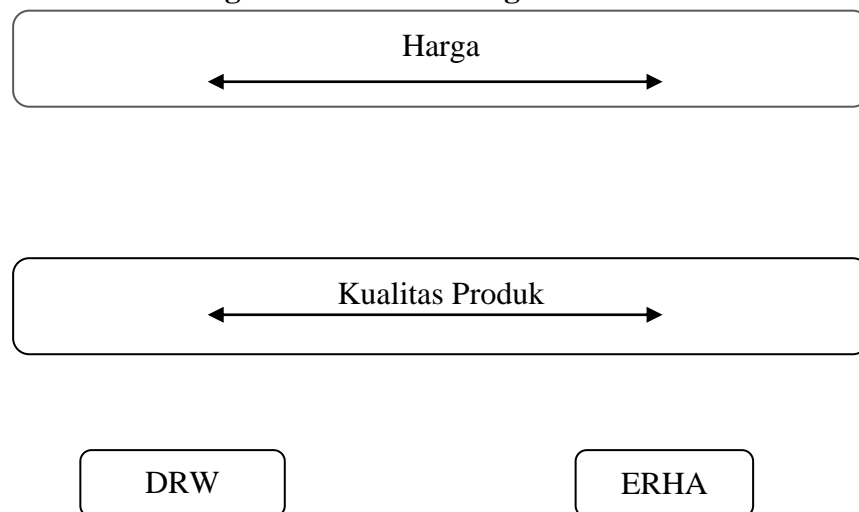


Diagram ini menunjukkan dua kategori utama ( harga dan kualitas produk) yang akan digunakan untuk membandingkan kedua produk skincare. Masing- masing kategori diwakili oleh sebuah kotak. Panah dua arah menunjukkan bahwa aspek akan dibandingkan antara DRW dan ERHA.

<sup>33</sup> Hanum, *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan*, (Jurnal Bisnis Administrasi, 2017), hlm. 37-43.

#### D. Hipotesis

Hipotesis memang berperan sebagai suatu proposisi yang bisa diuji secara empiris, membantu merumuskan hubungan yang dicari dalam penelitian. Penting untuk tetap terbuka terhadap fakta dan kesimpulan, membiarkan temuan penelitian dan bukti empiris memandu pengembangan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti. Ini menciptakan landasan yang kuat untuk memvalidasi atau menolak prediksi yang diajukan dalam pernyataan penelitian.<sup>34</sup>

$H_{0_1}$  = Tidak terdapat perbedaan harga yang signifikan antara produk skincare DRW dengan produk skincare pada masyarakat Pandan.

$H_{a_1}$  = Terdapat perbedaan harga yang signifikan antara produk skincare DRW dengan produk skincare ERHA pada masyarakat Pandan.

$H_{0_2}$  = Tidak terdapat perbedaan kualitas produk yang signifikan antara produk skincare DRW dengan produk skincare ERHA pada masyarakat Pandan.

$H_{a_2}$  = Terdapat perbedaan kualitas produk yang signifikan antara produk skincare DRW dengan produk skincare ERHA pada masyarakat Pandan.

---

<sup>34</sup>Rangkuti, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Citapustaka Media, 2014).



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan Di Kota Pandan, Tapanuli Tengah, waktu penelitian mulai tanggal 25 Juli 2022 sampai dengan 16 Januari 2024.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini bersifat kuantitatif, didasarkan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak, dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.<sup>35</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah sekelompok unsur atau elemen yang berbentuk manusia atau individu, membentuk kumpulan yang memenuhi suatu kriteria atau karakteristik tertentu.<sup>36</sup> Didalam metodologi penelitian ini terdapat populasi atau jumlah konsumen sebanyak 133 orang yang memutuskan memakai produk DRW pada bulan April dan 126 orang yang memutuskan memakai produk ERHA pada bulan April dan juga keterbatasan dari peneliti itu sendiri salah satu faktornya yaitu waktu yang diberikan untuk meneliti.

---

<sup>35</sup> Putri, Karim, dan Elsi, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pengguna Website Pemerintah Kota Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi, 2021).

<sup>36</sup> Rifai Abubakar, *Pengantar metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Suka- Press, 2021).

## b. Sampel

Sampel adalah contoh representasi atau waktu dari suatu populasi yang cukup besar jumlahnya, merupakan bagian terpilih yang mencerminkan sifat keseluruhan populasi.<sup>37</sup>

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Metode non probability sampling merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Purposive sampling adalah teknik nonprobability sampling yang lebih tinggi kualitasnya dan merupakan pengembangan atau penyempurnaan dari metode-metode sebelumnya. Purposive sampling dilakukan untuk mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu.

Adapun syarat orang yang dapat dijadikan sumber data adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat kota Pandan
2. Laki-laki dan Perempuan usia 17 – 40 tahun
3. Konsumen pernah membeli dan menggunakan produk DRW dan ERHA.

---

<sup>37</sup>Rusman, *Statistika Penelitian Aplikasinya dengan SPSS*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015).

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi, peneliti menggunakan rumus *Slovin* yang mana rumus tersebut menggunakan standar tingkat kesalahan 10% dan 5% dan peneliti menggunakan tingkat kesalahan 5%.

Teknik Pengambilan sampel ini menggunakan rumus untuk mengukur sampel yakni menggunakan rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots(3,1)$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah sampel

e :Batas kesalahan dalam sampel atau tingkat signifikansi adalah 0,05 (5%)

Untuk menggunakan rumus *Slovin*, langkah pertama ialah menentukan batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan dinyatakan dalam persentase

Pada penelitian ini didapatkan populasi diketahui yang berada di Pandan, dan ditentukan batas toleransi sebesar 5% serta nilai  $d = 0,05$ , maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$\text{Konsumen Produk DRW Skincare: } n = \frac{133}{1+133 (0,05 \times 0,05)}$$

$$n = \frac{133}{1+0,3325}$$

$$n = \frac{133}{1,3325} = 99,81$$

$$n = 100 \text{ sampel}$$

$$\text{Konsumen Produk ERHA Skincare } n = \frac{126}{1+126 (0,05 \times 0,05)}$$

$$n = \frac{126}{1+0,315}$$

$$n = \frac{126}{1,315} = 95,817$$

$$n = 96 \text{ sampel}$$

Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen DRW Skincare dan 96 sampel konsumen ERHA Skincare di Kota Pandan.<sup>38</sup>

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang Analisis Komparatif harga Dan Kualitas Produk pada Skincare DRW-ERHA di Pandan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer .

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. **Angket**

Angket adalah suatu cara pengumpulan data atau suatu penelitian mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum ( orang banyak )

---

<sup>38</sup> Husein Umar *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010),

**Tabel III.1 Skor Dalam Penelitian**

| <b>Jawaban Variabel</b> | <b>Skor Pernyataan Positif</b> | <b>Skor Pernyataan Negatif</b> |
|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Sangat setuju           | 5                              | 1                              |
| Setuju                  | 4                              | 2                              |
| Kurang setuju           | 3                              | 3                              |
| Tidak setuju            | 2                              | 4                              |
| Sangat tidak setuju     | 1                              | 5                              |

Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya tekanan dari pihak peneliti. Didalam menyusun pertanyaan pertanyaan angket agar tidak lari dalam permasalahan yang diteliti, maka peneliti menyusun angket dengan kisi kisi sebagai berikut :

**Tabel III.2 Kisi- Kisi Instrumen Penelitian Variabel Harga dan Kualitas Produk**

| <b>Variabel Penelitian</b> | <b>Indikator</b>                           | <b>Nomor Item Pernyataan</b> | <b>Jumlah Pernyataan</b> |
|----------------------------|--|------------------------------|--------------------------|
| Harga                      | 1. Kesesuaian harga dengan manfaat         | 1,2                          | 2                        |
|                            | 2. Daya saing harga                        | 3                            | 1                        |
|                            | 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk | 4,5                          | 2                        |
| Kualitas Produk            | 1. Produk tahan lama                       | 1                            | 1                        |
|                            | 2. Produk dapat diandalkan                 | 2                            | 1                        |
|                            | 3. Produk sesuai harapan konsumen          | 3                            | 1                        |
|                            | 4. Ketahanan Produk                        | 4                            | 1                        |
|                            | 5. <i>Features</i> (kemasan)               | 5                            | 1                        |

## b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses atau hasil dari mencatat, menyusun, dan menyediakan informasi tertulis atau visual tentang suatu subjek, proyek, atau proses untuk tujuan referensi atau penggunaan selanjutnya.

## E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah digunakan untuk mengetahui kelayakan butir butir dalam suatu daftar pertanyaan atau kuisisioner untuk melihat pertanyaan dalam kuisisioner yang diisi oleh responden tersebut. Setelah membuat kuisisioner langkah selanjutnya menguji apakah kuisisionernya valid atau tidak, Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan kolerasi product moment dengan aplikasi SPSS versi 23. Kriteria yang digunakan jika *koefisien kolerasi product momen*  $> r_{tabel} (\alpha; n-2)$   $n =$  *jumlah sampel*.<sup>39</sup>

- 1) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan tersebut dianggap valid.
- 2) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan dianggap tidak valid<sup>40</sup>

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menilai kestabilan dan konsistensi jawaban dari responden terkait dengan konstruk pertanyaan dalam suatu variabel. Hal ini dapat membantu memastikan bahwa kuesioner dapat

---

<sup>39</sup> Echdar, S, *Metode penelitian manajemen dan bisnis*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

<sup>40</sup> Duwi, P, *SPSS 23: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).

diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten, meningkatkan validitas instrumen penelitian.<sup>41</sup> Dalam penelitian ini uji reliabilitas dikerjakan dengan memakai rumus *cronbach's alfa* > 0,60, hingga pernyataan yang dipakai untuk mengukur variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data melibatkan konversi data penelitian menjadi informasi yang dapat mendukung proses pengambilan kesimpulan. Metode seperti estimasi atau uji hipotesis digunakan untuk menyimpulkan temuan dari data tersebut. Dalam konteks penelitian kuantitatif, analisis seringkali memanfaatkan alat statistik untuk memberikan hasil yang lebih terukur dan signifikan.<sup>42</sup> Adapun aplikasi yang digunakan dalam analisis data ini adalah menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

### a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk merinci dan menggambarkan data tanpa berusaha membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran yang jelas tentang distribusi, pusat, variasi dari data yang telah terkumpul. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik dasar dari data, seperti median, nilai maximum, nilai minimum dan ukuran lainnya.<sup>43</sup> Tujuan utamanya adalah

---

<sup>41</sup> Sujarweni dan Endrayanto, P, *Statistika untuk penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

<sup>42</sup> Sulistyaningsih, H, *Metodologi Penelitian Kebidanan Kuantitatif Kualitatif*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011).

<sup>43</sup> Pramesti, *Kupas tuntas data penelitian dengan SPSS 22*, (Jakarta: Gramedia, 2015).

memberikan pemahaman yang komprehensif tentang karakteristik dasar dari distribusi data yang diamati.<sup>44</sup> Keuntungan dari menghitung mean adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati. Sedangkan maksimumialah nilai tertinggi dan minimum adalah nilai yang terendah.

#### b. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah menguji normalitas data sering disertakan dalam suatu analisis statistik inferensial untuk satu atau lebih kelompok sampel. Normalitas sebagai data menjadi sebuah asumsi yang menjadi syarat untuk menentukan jenis statistik apa yang dipakai dalam penganalisaan selanjutnya. Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogrof Smirnov*, Data berjenis interval atau rasio. Data tunggal/data yang belum dikelompokkan ke dalam tabel distribusi frekuensiyaitu dengan membandingkan distribusi data yang diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku.

#### c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas data diperlukan sebelum membandingkan dua kelompok atau lebih untuk memastikan bahwa perbedaan yang diamati bukan disebabkan oleh ketidakseragaman data dasar diantara kelompok-kelompok tersebut. Hal ini membantu memastikan validitas hasil perbandingan dan interpretasi yang lebih akurat.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Santoso, S, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Exel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003).

<sup>45</sup> Sinta Dameria Simanjuntak, *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Aplikasi Ms. Excel dan SPSS*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020).



Uji homogenitas ini menggunakan uji *Levene*. Teknik untuk menguji homogenitas dengan bantuan SPSS 23 for window: *test of homogeneity of variances* dengan uji *levене statistics*. Pengujian dengan uji *levене* dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$W = \frac{(n-k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{z}_i - \bar{z})^2}{(k-1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^k (\bar{z}_{ij} - \bar{z})^2} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan: n = jumlah populasi.

k = banyaknya kelas.

$\bar{z}_{ij} = |Y_{ij} - Y_t|$

$Y_i$  = rata-rata dari kelompok i.

$\bar{z}_i$  = rata-rata kelompok dari  $Z_i$

$\bar{z}$  = rata-rata menyeluruh dari  $Z_{ij}$

Tolak  $H_0$  jika  $W > F_{\alpha, k-1, n-k}$

Adapun langkah-langkah perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS 23 for window: *test of homogeneity of variances* dengan uji *levене statistics* sebagai berikut:<sup>46</sup>

- 1) Masukkan nilai total harga, kualitas produk dan keputusan pembelian pada data view.
- 2) Pilih *analyze-Compare Means-One Way Anova*
- 3) Masukkan variabel kedalam *dependent list* dan *Factor list*
- 4) Klik *Options* tambahkan tanda centang pada kotak *Homogeneity of variance test*.

---

<sup>46</sup> Slamet Rianto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA, 2020)

5) *Clik Continue* dan *Ok*.

Pengambilan keputusan berpedoman pada ketentuan berikut. Jika nilai signifikansi  $\text{sig} < 0,05$ , artinya data tidak memiliki variansi yang homogen (tidak sama) dan jika nilai signifikansi  $\text{sig} > 0,05$  berarti data memiliki variansi yang homogen.

d. Uji Komparatif

Pengertian Uji komparatif merupakan dugaan terhadap perbandingan nilai dua sampel atau lebih. Hipotesis komparatif merupakan salah satu dari macam macam hipotesis. Dalam hal komparasi ini terdapat beberapa macam, yaitu:

- 1). Komparasi berpasangan (*related*) dalam dua sampel dan lebih dari dua sampel (k sampel) .
- 2). Komparasi independen dalam dua sampel dan lebih dari dua sampel (k sampel)

Selain itu Hipotesis komparatif juga digunakan untuk membandingkan pengaruh dari satu variabel terhadap dua subjek yang berbeda. Jadi variabelnya satu digunakan pada subjek (populasi/sampel) yang berbeda, dan pada waktunya yang berbeda.

Analisis komparatif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya perbedaan atau perbandingan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih.<sup>47</sup> Hasil analisisnya adalah

---

<sup>47</sup> Syarif Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*, (Bandung: Jakad Media Publishing, 2022).

hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak, apabila hipotesis ( $H_a$ ) diterima. Ini berarti hasil penelitian dan uji statistik yang cocok untuk digunakan pada analisis komperatif.

**Tabel III.3 Jenis Data dan Uji Statistik pada Analisis Komperatif**

| Jenis Data     | Komperatif Dua Sampel                                  |  | Komperatif Tiga Sampel                                  |  |
|----------------|--|--|---|--|
|                | Independen   | Berpasangan  | Independen  | Berpasangan  |
| Nominal        | <i>Mc Namer</i>  | 1. <i>Fixer Exat Probality</i><br>2. <i>Chi Kuadrat</i>  | 1. <i>Chi Kuadrat K sampel</i><br>2. <i>Cochran (Q)</i> | <i>Chi Kuadrat K sampel</i>  |
| Ordinal        | 1. <i>Sign Test</i><br>2. <i>Wixocon Mathcd Paired</i> | 1. <i>Median Test</i><br>2. <i>Mann Whitney Test (U)</i><br>3. <i>Waid Woldlowitz</i><br>4. <i>Kolmoggor ov. S</i> | 1. <i>Friedman</i><br>2. <i>Two Way Anova</i>           | 1. <i>Median Extension</i><br>2. <i>Krukal Wallis</i><br>3. <i>One Way Anova</i> |
| Interval,Rasio | <i>t- test paired</i>                                  | <i>t- test independet</i>  | 1. <i>One Way Anova</i><br>2. <i>Two Way Anova</i>      | 1. <i>One Way Anova</i><br>2. <i>Two Way Anova</i>                               |

Untuk sampel berkorelasi data interval atau data rasio analisis komparatif yang digunakan adalah sample *t-test paired*. *T- test paired* adalah uji parametrik yang dapat digunakan pada dua data berpasangan. Tujuan dari uji ini adalah untuk melihat apakah ada perbedaan rata-rata antara dua sampel yang saling berpasangan atau berhubungan. Karena berpasangan, maka data dari kedua sampel harus memiliki jumlah yang sama atau berasal dari sumber yang sama.

Contoh *Paired T-Test* adalah ketika peneliti ingin menguji apakah ada perbedaan wajah sebelum memakai produk kosmetik dan setelah

diberikan perlakuan (kosmetik). Dalam hal ini tentu saja objek yang akan diteliti merupakan objek yang sama, karena kita sebagai peneliti perlu mengukur apakah ada perbedaan rata-rata nilai sebelum dan setelah diberikan perlakuan. Setelah diuji kenormalannya, data yang digunakan telah normal, maka data ini bisa diuji menggunakan metode *Paired T-Test*.

Berdasarkan tabel tersebut uji statistik yang digunakan dalam analisis komparatif ini adalah *t-test independen* hal ini dikarenakan sampel dalam penelitian ini merupakan sampel independen dimana objek penelitian dipisahkan secara tegas antara Produk DRW dengan Produk ERHA yang terdiri dari dua sampel dan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil DRW Skincare

Pendiri perusahaan produk DRW Skincare adalah dr. Wahyu Triasmara. DRW Skincare merupakan produk perawatan wajah yang mampu mengatasi beragam masalah kulit. Selain menawarkan solusi untuk semua kulit termasuk jerawat, flek hitam, kusam, atau bekas jerawat, DRW Skincare juga menangani masalah seperti berat badan rendah yang tidak sehat, warna kulit tidak rata, belang, dan rambut rontok. Klinik Skincare ini sudah berdiri sejak tahun 2014, brand resminya di daftarkan di BPOM dengan nama DRW Skincare pada tahun 2015. DRW Skincare berada di bawah pengawasan dokter kecantikan, telah terdaftar di BPOM dan sudah tersertifikasi halal MUI. Untuk memastikan keaslian produk DRW Skincare bisa ditanyakan ID Card member resmi DRW Skincare saat membeli produk DRW Skincare. DRW Skincare sekarang sudah memiliki ribuan reseller yang diberi nama *beautyconsultant*, yang melayani masyarakat dari Sabang sampai Merauke dan tersebar di seluruh pelosok di Indonesia. Tujuan didirikannya DRW Skincare adalah sebagai terobosan atas maraknya cream kecantikan palsu yang mengandung mercury dan merusak kulit. Hal ini yang memotivasi dr. Wahyu, pemilik DRW Skincare, yang merasa terpanggil untuk menawarkan produk perawatan kulit yang terpercaya dan

mendaftarkan ke BPOM agar penggunaannya diawasi langsung oleh tenaga medis dan ahli kecantikan lainnya<sup>48</sup>.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan Produk DRW

- a. Visi dari Perusahaan DRW Skincare adalah memberikan solusi bagi wanita Indonesia untuk Perawatan Wajah yang aman dan nyaman dipakai serta memberikan harga yang terjangkau.
- b. Misi dari Perusahaan DRW Skincare adalah membuat produk aman dan berkualitas serta harga yang terjangkau. Dan Misi utamanya yaitu memberantas krim palsu yang beredar baik itu di perkotaan maupun di pedesaan. Adapun logo dari produk DRW skincare adalah

**Gambar IV.1 Logo DRW Skincare**



## 3. Profil ERHA Skincare

Klinik ERHA telah berdiri sejak tiga belas tahun silam yang merupakan kelompok usaha yang memayungi beberapa anak perusahaan yang bergerak di bidang personal care yang berhubungan erat dengan dermatologi (skin, hair, dan body). Nama ERHA diambil dari kependekan nama founder-scientist, yaitu: er (dari nama [R]onny) dan ha (dari nama [H]andoko). ERHA diartikan sebagai simbol seorang ahli di bidang dermatologi. ERHA bermula dari pendiri Dr. Ronny Handoko, SpKK yang

---

<sup>48</sup>Ronny Handoko, -Sejarah Produk Skincare, <https://review.bukalapak.com/beauty/produk-skincare-drw-paling-recomended-108619>, (diakses pada tanggal 20 juni 2022, pukul 12.30 WIB).

memulai praktek di jembatan lima, Jakarta pada tahun 1976. Seiring berjalannya waktu, tanggapan dari berbagai pihak sangat baik, kemudian Dr. Ronny Handoko mulai membuka sebuah klinik sederhana di Jalan Kemanggisan Utama 2 No.68, Jakarta Barat pada tanggal 28 September 1999. Pada saat itu, merupakan momentum klinik ERHA dengan berdirinya ERHA 21 Skincare. Seiring berjalannya waktu, klinik ERHA mendapat tanggapan yang sangat baik dari masyarakat dan berbagai pihak sehingga pada pertengahan tahun 2000 klinik ERHA membentuk jaringan klinik yang lebih besar dengan membuka klinik di Indonesia, dan juga menambah jumlah tim dokter spesialis kulit untuk memantapkan klinik ERHA sebagai klinik spesialis kulit. Kemudian pada tahun 2005, klinik ERHA mendirikan PT. Erhalogy yang menjual produk perawatan pribadi (tanpa konsultasi dokter, non-resep dan merupakan obat bebas yang dapat dibeli oleh masyarakat umum).

#### 4. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari klinik ERHA adalah ERHA sebagai merek perawatan pribadi pilihan di Asia. Adapun misi dari klinik ERHA adalah untuk membuat pelanggan ERHA tampak hebat dan merasa besar, dengan memberikan produk inovatif dan perawatan pribadi kualitas dan pelayanan dan pengalaman pelayanan kelas dunia. Service value yang diterapkan klinik ERHA dalam menyampaikan pelayanannya kepada para konsumen merupakan sebuah filosofi RAMETUTUKOBER (ramah, elegan, tulus,

tuntas, konsisten, bersih), serta ekstra sembuh, ekstra-mudah-cepat-ramah, dan ekstra bangga. Adapun Logo dari Produk ERHA Skincare adalah

**Gambar IV.2 Logo Produk ERHA**



## B. Deskripsi Data Penelitian

Pengambilan data ini menggunakan data primer, dengan menggunakan instrumen angket (kuesioner) untuk mengetahui perbedaan harga dan kualitas produk pada produk skincare DRW-ERHA yang disebar kepada masyarakat Kecamatan Pandan sebanyak 196 orang melalui penyebaran angket (kuesioner). Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan.

### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah           | Persentase  |
|---------------|------------------|-------------|
| Laki- laki    | 70 orang         | 35,7%       |
| Perempuan     | 126 orang        | 64,3%       |
| <b>Total</b>  | <b>196 orang</b> | <b>100%</b> |

Hasil pengolahan data pada tabel diatas memperlihatkan bahwa DRW dan ERHA memiliki responden jenis kelamin perempuan sebanyak 126 orang atau 64,3% responden sedangkan jenis kelamin laki- laki sebanyak 70 orang atau 35,7% responden. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.



## 2. Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Jumlah</b>    | <b>Persentase</b> |
|------------------|------------------|-------------------|
| Mahasiswa        | 50 orang         | 25,5%             |
| Ibu Rumah Tangga | 50 orang         | 25,5%             |
| Wiraswasta       | 96 orang         | 49,0%             |
| <b>Total</b>     | <b>196 orang</b> | <b>100%</b>       |

Hasil pengolahan data pada tabel diatas memperlihatkan bahwa DRW dan ERHA memiliki responden mahasiswa sebanyak 50 orang atau 25,5% responden, ibu rumah tangga sebanyak 50 orang atau 25,5% responden sedangkan wiraswasta sebanyak 96 orang atau 49,0% responden.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Untuk melihat data itu valid atau tidak harus dilakukan Uji validitas. Untuk menghitung skor uji validitas instrumen penelitian dengan rumus korelasi *Product Moment*, kemudian diolah dengan bantuan software SPSS 23 dan hasilnya disajikan dalam tabel singkat.

Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka data valid, cara mencari nilai  $r_{tabel}$  dengan  $N=100$  untuk sampel produk DRW pada signifikansi 5% pada distribusi nilai  $r_{tabelstatistik}$ . Maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,196,  $N=96$  untuk produk ERHA pada signifikansi 5% pada distribusi nilai  $r_{tabelstatistik}$ . Maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,200, dan hasil yang diperoleh yaitu:

**Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga DRW**

| <b>Item<br/>Pernyataan</b> | <b>R<sub>hitung</sub></b> | <b>R<sub>tabel</sub></b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Harga 1                    | 0,797                     | 0,196                    | Valid             |
| Harga 2                    | 0,648                     | 0,196                    | Valid             |
| Harga 3                    | 0,590                     | 0,196                    | Valid             |
| Harga 4                    | 0,781                     | 0,196                    | Valid             |
| Harga 5                    | 0,769                     | 0,196                    | Valid             |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel harga DRW dinyatakan valid. Berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk DRW**

| <b>Item<br/>Pernyataan</b> | <b>R<sub>hitung</sub></b> | <b>R<sub>tabel</sub></b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Kualitas Produk 1          | 0,783                     | 0,196                    | Valid             |
| Kualitas Produk 2          | 0,647                     | 0,196                    | Valid             |
| Kualitas Produk 3          | 0,596                     | 0,196                    | Valid             |
| Kualitas Produk 4          | 0,779                     | 0,196                    | Valid             |
| Kualitas Produk 5          | 0,764                     | 0,196                    | Valid             |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel kualitas produk DRW dinyatakan valid. Berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga ERHA**

| <b>Item Pernyataan</b><br><b>n</b> | <b><math>R_{hitung}</math></b> | <b><math>R_{tabel}</math></b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Harga 1                            | 0,775                          | 0,200                         | Valid             |
| Harga 2                            | 0,597                          | 0,200                         | Valid             |
| Harga 3                            | 0,527                          | 0,200                         | Valid             |
| Harga 4                            | 0,771                          | 0,200                         | Valid             |
| Harga 5                            | 0,761                          | 0,200                         | Valid             |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel harga ERHA dinyatakan valid. Berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Produk ERHA**

| <b>Item<br/>Pernyataan</b> | <b>R<sub>hitung</sub></b> | <b>R<sub>tabel</sub></b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Kualitas Produk 1          | 0,772                     | 0,200                    | Valid             |
| Kualitas Produk 2          | 0,607                     | 0,200                    | Valid             |
| Kualitas Produk 3          | 0,519                     | 0,200                    | Valid             |
| Kualitas Produk 4          | 0,766                     | 0,200                    | Valid             |
| Kualitas Produk 5          | 0,763                     | 0,200                    | Valid             |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel kualitas produk ERHA dinyatakan valid. Berdasarkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dikatakan layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kusioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistic adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu instrument dikatakan reliable apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dari :

**Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga DRW  
Reliability Statistics**

| <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>N of Items</b> |
|-------------------------|-------------------|
| ,765                    | 5                 |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas variabel harga DRW dengan 5 pernyataan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,765 > 0,60$  sehingga dapat dikatakan reliabel dan dapat diterima.

**Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk DRW**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,760             | 5          |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk DRW dengan 5 pernyataan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,760 > 0,60$  sehingga dapat dikatakan reliabel dan dapat diterima.

**Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga ERHA**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,722             | 5          |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas variabel harga ERHA dengan 5 pernyataan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,722 > 0,60$  sehingga dapat dikatakan reliabel dan dapat diterima.

**Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ERHA**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,721             | 5          |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk ERHA dengan 5 pernyataan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,721 > 0,60$  sehingga dapat dikatakan reliabel dan dapat diterima.

### 3. Uji Statistik Deskriptif

**Tabel IV.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif  
Descriptive Statistics**

|                      | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|----------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| Harga DRW            | 100 | 8       | 25      | 15,79 | 4,459          |
| Harga ERHA           | 96  | 8       | 25      | 16,40 | 4,229          |
| Kualitas Produk DRW  | 100 | 8       | 25      | 15,83 | 4,425          |
| Kualitas Produk ERHA | 96  | 8       | 25      | 16,44 | 4,210          |
| Valid N (listwise)   | 96  |         |         |       |                |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel harga DRW dengan jumlah (N) 100 mempunyai nilai minimum 8, maximum 25 dengan mean 15,79 serta standart deviation 4,459 sedangkan harga ERHA dengan jumlah (N) 96 mempunyai nilai minimum 8, maximum 25 dengan mean 16,40 serta standart deviation 4,229.

Variabel kualitas produk DRW dengan jumlah (N) 100 mempunyai nilai minimum 8, maximum 25 dengan mean 15,83 serta deviation 4,425 sedangkan kualitas produk ERHA dengan jumlah (N) 96 mempunyai nilai minimum 8, maximum 25 dengan mean 16,44 serta standart deviation 4,210.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 23 dengan meinggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) pada taraf signifikan 0,05. Hasil perhitungan uji *Sample Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                           |                | Harga<br>DRW      | Harga<br>ERHA     | Kualitas<br>Produk<br>DRW | Kualitas<br>Produk<br>ERHA |
|---------------------------|----------------|-------------------|-------------------|---------------------------|----------------------------|
| N                         |                | 100               | 96                | 100                       | 96                         |
| Normal                    | Mean           | 15,79             | 16,40             | 15,83                     | 16,44                      |
| Parameters <sup>a,b</sup> | Std. Deviation | 4,459             | 4,229             | 4,425                     | 4,210                      |
| Most                      | Absolute       | ,084              | ,070              | ,079                      | ,064                       |
| Extreme                   | Positive       | ,084              | ,070              | ,079                      | ,064                       |
| Differences               | Negative       | -,054             | -,067             | -,053                     | -,064                      |
| Test Statistic            |                | ,084              | ,070              | ,079                      | ,064                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)    |                | ,077 <sup>c</sup> | ,200 <sup>c</sup> | ,129 <sup>c</sup>         | ,200 <sup>c,d</sup>        |

Sumber: Data diolah dari output SPSS 23

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yang diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel harga DRW sebesar  $0,077 > 0,05$ , variabel harga ERHA sebesar  $0,200 > 0,05$ , variabel kualitas produk DRW sebesar  $0,129 > 0,05$ , variabel kualitas produk ERHA sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan variabel harga DRW, harga ERHA, kualitas produk DRW dan kualitas produk ERHA berdistribusi normal.

## 5. Uji Homogenitas

Berikut ini merupakan tabel hasil uji homogenitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS 23:

**Tabel IV.13 Hasil Uji Homogenitas  
Variabel Harga DRW dan ERHA  
Test of Homogeneity of Variances**

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 488              | 1   | 194 | ,486 |

Nilai  $F_{\text{tabel}}$  untuk nilai signifikan  $\alpha = 5\%$  dengan  $df = n - k$ , dimana jumlah  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah kelompok, jadi  $df = 196 - 2 = 194$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05), karena nilai sig 0,486 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut homogen.

**Tabel IV.14 Hasil Uji Homogenitas  
Variabel Kualitas Produk DRW dan ERHA  
Test of Homogeneity of Variances**

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| ,490             | 1   | 194 | ,485 |

Nilai  $F_{\text{tabel}}$  untuk nilai signifikan  $\alpha = 5\%$  dengan  $df = n - k$ , dimana jumlah  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah kelompok jadi  $df = 196 - 2 = 194$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05), karena nilai 0,485 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data tersebut homogen.

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji variabel harga DRW dan ERHA dan hasil uji variabel kualitas produk DRW dan ERHA distribusi datanya homogen.



## 6. Uji Komparatif

Berikut ini hasil uji komparatif atau paired sample test yang diolah menggunakan SPSS 23.

**Tabel IV.15 Hasil Uji Perbedaan Harga DRW dengan ERHA  
Paired Samples Test**

|        |                        | Paired Differences |                |                 |   |       | T      | Df | Sig.<br>(2-tailed) |
|--------|------------------------|--------------------|----------------|-----------------|---|-------|--------|----|--------------------|
|        |                        | Mean               | Std. Deviation | Std. Error Mean | 95% Confidence Interval of the Difference |       |        |    |                    |
|        |                        |                    |                |                 | Lower                                     | Upper |        |    |                    |
| Pair 1 | Harga DRW - Harga ERHA | -,521              | 1,979          | ,202            | -,922                                     | -,120 | -2,579 | 95 | ,011               |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai sig. (2-tailed) untuk variabel harga DRW-ERHA sebesar  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan terdapat perbedaan yang signifikan yang dapat diartikan ada perbedaan antara harga DRW dan ERHA ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima).

**Tabel IV.16 Hasil Uji Perbedaan Kualitas Produk DRW dengan ERHA  
Paired Samples Test**

|        |  | Paired Differences |                |                 |   |       | t      | Df | Sig.<br>(2-tailed) |
|--------|--|--------------------|----------------|-----------------|---|-------|--------|----|--------------------|
|        |  | Mean               | Std. Deviation | Std. Error Mean | 95% Confidence Interval of the Difference |       |        |    |                    |
|        |  |                    |                |                 | Lower                                     | Upper |        |    |                    |
| Pair 1 | Kualitas Produk DRW - Kualitas Produk ERHA | -,521              | 2,113          | ,216            | -,949                                     | ,903  | -2,416 | 95 | ,018               |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai sig. (2-tailed) untuk variabel kualitas produk DRW-ERHA sebesar  $0,018 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan terdapat perbedaan yang signifikan yang dapat diartikan ada perbedaan antara kualitas produk DRW dan ERHA ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima).

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian mengenai analisis komparatif mengenai harga dan kualitas produk pada masyarakat Pandan yang bertujuan untuk mengetahui perbandingan harga dan kualitas produk DRW dan ERHA. Adapun hasil analisis data yang dilakukan peneliti yaitu sebagai berikut hasil penelitian menunjukkan terdapat kesamaan antara harga dan kualitas produk DRW dan produk ERHA. Akan tetapi fakta yang dirasakan oleh masyarakat bahwa produk ERHA kurang memuaskan kualitas produknya dibandingkan produk DRW karena produk ERHA tidak bisa disemua jenis kulit dan tidak bisa terkena langsung oleh paparan sinar matahari. Sedangkan pada produk DRW cocok disemua jenis kulit dan dapat terkena langsung paparan sinar matahari. Jadi terdapat perbedaan antara harga dan kualitas produk DRW dengan produk ERHA meski terlihat sama- sama produk kecantikan.

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi, rendahnya kualitas produk ERHA bagi konsumen menjadi keluhan sebagian besar pelanggannya. Pada dasarnya kualitas produk adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk yang menunjang

kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan harga yang signifikan antara DRW skincare dan ERHA skincare, dimana ERHA skincare menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan DRW. Namun DRW memberikan kualitas produk yang baik. Penelitian ini searah dengan penelitian Nurhasanah yang menjelaskan terdapat perbedaan harga dan kualitas produk yang signifikan antara 2 produk. Perbedaan penelitian menurut Nurhasanah dengan penelitian ini adalah konsumen, lokasi dan produk yang diteliti.

Dalam penelitian tentang produk kecantikan Indonesia menjadi salah satu produk kecantikan yang banyak peminatnya dibandingkan dengan Luar Negeri. Ini dibuktikan dengan pemakaian produk skincare DRW dan Skincare ERHA yang semakin hari semakin meningkat, penelitian ini sejalan dengan penelitian Siti Nurrohmah yang menjelaskan tentang produk kecantikan. perbedaannya dengan peneliti adalah Siti Nurrohmah meneliti produk kecantikan Dalam dan Luar Negeri sementara peneliti meneliti produk kecantikan hanya Dalam Negeri.

Dalam bisnis kecantikan diperlukan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang bagus sehingga konsumen tertarik untuk memakai produk kecantikan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari yang sama-sama meneliti tentang produk kecantikan dan perbedaannya adalah Sari meneliti tentang merek, kualitas desain dan label halal sementara peneliti meneliti tentang harga dan kualitas produk suatu produk kecantikan.

Produk kecantikan saat ini sangat marak digunakan khususnya pada perempuan. Produk kecantikan dijadikan salah satu cara untuk merias diri menjadi lebih menarik, penelitian ini sejalan dengan penelitian Purwanto dan Wardhana yang sama-sama meneliti produk kecantikan namun perbedaan penelitian Purwanto dan Wardhana dengan penelitian ini adalah tentang variabel atribut kosmetik sementara peneliti meneliti tentang variabel harga dan kualitas produk.

Dalam penelitian tentang kualitas produk, kualitas produk skincare DRW lebih unggul dibanding ERHA. Ini dibuktikan dengan pemakaian produk skincare DRW yang lebih banyak dibanding produk skincare ERHA. Dan saat ditanya konsumen memakai produk skincare DRW karena lebih cocok dikulit mereka dibandingkan ERHA. Ini membuktikan bahwa kualitas produk DRW lebih unggul daripada ERHA, Produk DRW juga menawarkan harga yang tidak terlalu mahal sehingga konsumen mampu membeli produk DRW walaupun produk skincare ERHA menawarkan harga yang lebih murah dari produk skincare DRW tetapi masyarakat tetap memilih memakai produk DRW. penelitian ini sejalan dengan penelitian Mutiah Kahairah Situmorang yang menjelaskan tentang perbedaan kualitas produk yang signifikan antara jasa gojek dan grab. Perbedaan penelitian Mutiah Kahairah Situmorang dengan peneliti adalah produk yang diteliti.

Dari penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa perbandingan harga dan kualitas produk DRW-ERHA sangat signifikan. Dimana Persamaan DRW dan ERHA adalah sama-sama produk kecantikan

yang memiliki label halal. Sedangkan perbedaannya adalah harga DRW lebih mahal dibanding harga Produk ERHA dan kualitas produk DRW lebih bagus dibandingkan kualitas produk ERHA. Dalam hal ini banyak konsumen yang lebih memilih ataupun mengambil keputusan untuk memakai produk DRW dibanding ERHA karena produk DRW banyak yang cocok dikulit untuk digunakan oleh konsumen dibandingkan ERHA.

Adapun keunggulan produk skincare DRW adalah produk skincare DRW lebih bagus dan efektif digunakan konsumen. Selain produk skincare DRW cocok disemua jenis kulit karena produk skincare DRW bisa memastikan atau menjamin keamanan pemakaiannya bagi kulit, produk skincare DRW juga bisa membuat wajah konsumen bersih maksimal dalam waktu 2 bulan dan produk skincare DRW bisa terkena paparan sinar matahari dan tidak mudah iritasi. Produk skincare DRW juga memiliki dokter dan beauty consultant pribadi sehingga mempermudah atau membantu konsumen untuk konsultasi tentang produk skincare mana yang cocok untuk jenis kulit konsumen

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Rangkaian kegiatan ini telah dilakukan dan dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditetapkan sebelumnya dalam metodologi penelitian. Namun dalam pengerjaannya peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini terutama keterbatasan ilmu pengetahuan peneliti sehingga hal ini tentunya akan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Dalam penyebaran angket (kusioner) peneliti tidak dapat memastikan apakah jawaban dari respoiden diisi dengan jujur dalam menjawab setiap pertanyaan yang peneiliti telah berikan sehingga hal ini dapat saja mempeingaruhi hasil uji validitas dan reabilitas angket peneelitian ini.
2. Untuk mengetahui signifikansi angket (kusioner) sebaiknya peneliti selanjutnya menambah jumlah sampel yang dirasakan pelanggan pada analisis komparatif harga dan kualitas produk DRW dan ERHA sehingga hasil yang diperoleh menjadi representative dari keadaan yang sebenarnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul “ Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk Pada Skincare DRW dan ERHA Kota Pandan” maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga dan kualitas produk DRW dan produk ERHA bagi masyarakat Pandan. Dimana harga produk DRW lebih mahal dibandingkan produk ERHA namun masyarakat banyak memilih produk DRW daripada produk ERHA karena produk DRW memiliki kualitas produk yang cocok untuk digunakan oleh masyarakat Pandan.

#### **B. Saran**

Dari hasil yang diperoleh antara harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian yairu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel. Dengan demikian peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Bagi pelaku bisnis agar selalu menempatkan harga sesuai dengan kualitas produk, karena akan membuat konsumen tertarik untuk membeli kembali produk yang dijual tersebut.
2. Untuk peneliti selanjutnya dalam penyusunan skripsi ini mungkin masih banyak hal yang belum sepenuhnya terselesaikan dengan baik, hal ini disebabkan keterbatasan ruang dan waktu. Untuk itu peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya yang serupa dapat menjadi lebih baik lagi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2013), *Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (1998), *Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015), *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Jakarta: Rajawali Persedaa.
- Asnawi, N., & Masyhuri, M. (2011), *Metodologi riset manajemen pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*, Malang: Maliki Press.
- Berutu, A. G. (2019), *Tafsir Al-Misbah Muhammad Quraish Shihab*.
- Budiyanto, T. (2016), Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 41-46.
- Departemen Agama, R. I. (2018), *Al-qur'an dan Terjemahnya*.
- Duwi, P. (2014), *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Echdar, S. (2017), *Metode penelitian manajemen dan bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Firdaus, M. (2011), *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 314-320.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017), Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.
- Hasanah, U., & Sari, M. R. (2023), Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk DRW dikabupaten Tapanuli Tengah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2), 94-105.
- HR. Abubakar (2021), *Pengantar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Suka- Press.



- Juliansyah Noor, S. E. (2016), *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010), *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004), *Dasar-dasar pemasaran jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Khaerudin, H., Waruwu, H., & Ibrahim, M. H. (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apotek K24 Bintaro. *Jurnal Manajemen & Pendidikan*,1(2),142-152.
- Kuncoro, M. (2013), *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*. Jakarta: Erlangga.
- Lupani, I. J. S., & Jorie, R. J. (2015), Pengaruh Store Atmosphere dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pada Restoran Solaria Manado Town Square. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4).
- Manap, A. (2016), *Revolusi manajemen pemasaran*. Jakarta: mitra wacana media.
- Marhamah, S., & Asdi, Y. (2016), Studi Prestasi Mahasiswa Dengan Analisis Statistika Deskriptif (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Matematika FMIPA Universitas Andalas Tahun 2009-2011). *Jurnal Matematika UNAND*, 5(4), 36-44.
- Mawarti, Z. (2018), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Waroeng Group Wani Piro Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002), *Perilaku konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Muslim, A. A. (2016), *Pengaruh Gaya Belajar, Pengelolaan Kelas dan Kompetensi Kepribadian GuruPAI Terhadap Prestasi Belajar Siswa SMP Se-Kecamatan Dempet Bidang Studi PAI Tahun Pelajaran 2015/2016* (Doctoral dissertation, STAIN Kudus).
- Nasution, M. E. (2017), *Pengenalan eksklusif ekonomi Islam*. Batusangkar: Kencana.
- Nurhasanah, A., Muhandi, M., & Gumelar, E. T. (2020), Analisis Kapasitas Produksi Celana Chino Menggunakan Perencanaan Agregat dengan Metode Level Strategy untuk Meminimumkan Biaya Produksi pada CV Adyriasta Jaya Bandung. *Journal Prosiding Manajemen*, 6(1), 671-674.

- Noor, J. (2011), *Meteode Penelitian* Jakarta: Kencana.
- Nur'Ain, A., & Susila, L. N. (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Uang Elektronik Pada Masyarakat Kabupaten Sukoharjo Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal AKTUAL*, 6(2), 46-55.
- Pramesti, G. (2015), *Kupas tuntas data penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: Gramedia.
- Priyatno, D. (2014), *SPSS 22 pengolahan data terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rangkuti, A. N. (2014), *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Riani, A., Adjie, S., & Chamidah, S. (2019), Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Drw-Erha). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 33-39.
- Rusman, T. (2015), *Statistika Penelitian Aplikasinya dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sulistyaningsih, H. (2011), *Metodologi Penelitian Kebidanan Kuantitatif Kualitatif*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Santoso, S. (2003), *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Simbolon, H. (2009), *Statistika*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Simanjuntak, S. D. (2020), *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Aplikasi Ms. Excel dan SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Siregar, S. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012), *Statistika untuk penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sule, E. T., & Hasanudin, M. (2016), *Manajemen bisnis syariah*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Sumarwan, U. (2011), *Perilaku konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2010), *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen, cetakan kelima*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siregar, S. (2017), *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.

Zaini, A. A. (2014), Pasar persaingan sempurna dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 4(2), 88-104.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Afifa Nurbaiti Pane  
Tempat / Tgl. Lahir : Bekasi, 12 Juni 2000  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarga Negara : Indonesia  
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara  
Alamat : Jl Padangsidimpuan, Kecamatan Pandan Kabupaten  
Tapanuli Tengah  
Email : [afifanurbaiti@gmail.com](mailto:afifanurbaiti@gmail.com)  
No. Handphone : 082267256974

### **IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Alm. Nurhan pane  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Nahdani Hutabarat  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

Tahun 2007 – 2013 : Min Lubuk Tukko  
Tahun 2013 - 2016 : MTsn Sibolga  
Tahun 2016 - 2019 : MAN Sibolga  
Tahun 2019 – 2024 : UIN SYAHADA Padangsidimpuan

## SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Zulaika Matondang, M. Si**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare DRW dan ERHA ( Studi Kasus Kota Pandan)** Yang disusun oleh:

Nama : **AFIFA NURBAITI PANE**

Nim : 19 402 00146

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Maret 2024

**Zulaika Matondang, M. Si**

## ANGKET PENELITIAN

### ANALISIS KOMPARATIF HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE DRW- ERHA

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Pekerjaan :

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isi lah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu jawaban .

|                    |            |                    |                   |                           |
|--------------------|------------|--------------------|-------------------|---------------------------|
| Sangat Setuju (SS) | Setuju (S) | Kurang Setuju (KS) | Tidak Setuju (TS) | Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 1                  | 2          | 3                  | 4                 | 5                         |

4. Semua jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pertanyaan ini semata hanya untuk tujuan penelitian.

## Daftar Pertanyaan

### 1. Harga ( $x_1$ )

| No | Pertanyaan  | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
|    |   | 1  | 2 | 3  | 4  | 5   |
| 1  | Harga Produk DRW- ERHA sesuai dengan manfaatnya                   |    |   |    |    |     |
| 2  | Harga Produk DRW- ERHA sesuai dengan daya beli konsumen           |    |   |    |    |     |
| 3  | Harga Produk DRW-ERHA lebih murah dibandingkan dengan produk lain |    |   |    |    |     |
| 4. | Harga Produk DRW- ERHA sesuai dengan kualitas nya                 |    |   |    |    |     |
| 5. | Harga produk DRW- ERHA bervariasi sesuai dengan jenis produknya   |    |   |    |    |     |

### 2. Kualitas Produk ( $X_1$ )

| No | Pertanyaan   | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
|    |  | 1  | 2 | 3  | 4  | 5   |
| 1  | Produk DRW- ERHA memiliki kualitas yang bagus                                    |    |   |    |    |     |
| 2  | Kualitas Produk DRW- ERHA lebih nyaman dikonsumsi dibandingkan produk sejenisnya |    |   |    |    |     |
| 3  | Khasiat Produk DRW-ERHA tidak sesuai dengan yang diharapkan                      |    |   |    |    |     |
| 4. | Kualitas Produk DRW- ERHA memiliki daya tahan yang cukup lama                    |    |   |    |    |     |
| 5. | produk DRW- ERHA dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk    |    |   |    |    |     |

Padangsidempuan, Januari 2024

Responden

.....

## ANGKET HARGA

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* () pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

| <b>Indikator</b>                | <b>No. Soal</b> | <b>V</b> | <b>VR</b> | <b>TV</b> |
|---------------------------------|-----------------|----------|-----------|-----------|
| Kesesuaian Harga dengan manfaat | 1 dan 2         |          |           |           |
| Keterjangkauan Harga            | 3 dan 4         |          |           |           |
| Kesesuaian Harga dengan Produk  | 5               |          |           |           |

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2024

Validator,

**Zulaika Matondang, M. Si**



## ANGKET KUALITAS PRODUK

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* () pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

| <b>Indikator</b>  | <b>No. Soal</b> | <b>V</b> | <b>VR</b> | <b>TV</b> |
|-------------------|-----------------|----------|-----------|-----------|
| Kesan Kualitas    | 1               |          |           |           |
| Fitur             | 2 dan 3         |          |           |           |
| Daya Tahan Produk | 4 dan 5         |          |           |           |

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2024  
Validator,

**Zulaika Matondang, M. Si**

Lampiran 1

1. Hasil Uji Validitas

**HASIL UJI VALIDITAS HARGA DRW**

|       |                     | Correlations |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |                     | DRW          | x2     | x3     | x4     | x5     | Total  |
| DRW   | Pearson Correlation | 1            | ,351** | ,334** | ,619** | ,538** | ,797** |
|       | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,001   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x2    | Pearson Correlation | ,351**       | 1      | ,381** | ,327** | ,260** | ,648** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,000   | ,001   | ,009   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x3    | Pearson Correlation | ,334**       | ,381** | 1      | ,195   | ,263** | ,590** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,001         | ,000   |        | ,052   | ,008   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x4    | Pearson Correlation | ,619**       | ,327** | ,195   | 1      | ,667** | ,781** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,001   | ,052   |        | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x5    | Pearson Correlation | ,538**       | ,260** | ,263** | ,667** | 1      | ,769** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,009   | ,008   | ,000   |        | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | ,797**       | ,648** | ,590** | ,781** | ,769** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK DRW

### Correlations

|       |                     | KPD    | x2     | x3     | x4     | x5     | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KPD   | Pearson Correlation | 1      | ,334** | ,340** | ,599** | ,508** | ,783** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | ,001   | ,001   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x2    | Pearson Correlation | ,334** | 1      | ,381** | ,327** | ,260** | ,647** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,001   |        | ,000   | ,001   | ,009   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x3    | Pearson Correlation | ,340** | ,381** | 1      | ,195   | ,263** | ,596** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,001   | ,000   |        | ,052   | ,008   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x4    | Pearson Correlation | ,599** | ,327** | ,195   | 1      | ,667** | ,779** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,001   | ,052   |        | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x5    | Pearson Correlation | ,508** | ,260** | ,263** | ,667** | 1      | ,764** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,009   | ,008   | ,000   |        | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | ,783** | ,647** | ,596** | ,779** | ,764** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL UJI VALIDITAS HARGA ERHA

|       |                     | Correlations |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |                     | HE           | x2     | x3     | x4     | x5     | Total  |
| HE    | Pearson Correlation | 1            | ,278** | ,294** | ,590** | ,471** | ,775** |
|       | Sig. (2-tailed)     |              | ,005   | ,003   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x2    | Pearson Correlation | ,278**       | 1      | ,276** | ,253*  | ,219*  | ,597** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,005         |        | ,006   | ,011   | ,028   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x3    | Pearson Correlation | ,294**       | ,276** | 1      | ,136   | ,220*  | ,527** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,003         | ,006   |        | ,177   | ,028   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x4    | Pearson Correlation | ,590**       | ,253*  | ,136   | 1      | ,660** | ,771** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,011   | ,177   |        | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x5    | Pearson Correlation | ,471**       | ,219*  | ,220*  | ,660** | 1      | ,761** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,028   | ,028   | ,000   |        | ,000   |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | ,775**       | ,597** | ,527** | ,771** | ,761** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|       | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK ERHA

### Correlations

|       |                     | KPE    | x2     | x3     | x4     | x5     | Total  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KPE   | Pearson Correlation | 1      | ,306** | ,265** | ,571** | ,475** | ,772** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | ,002   | ,008   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x2    | Pearson Correlation | ,306** | 1      | ,276** | ,253*  | ,219*  | ,607** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,002   |        | ,006   | ,011   | ,028   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x3    | Pearson Correlation | ,265** | ,276** | 1      | ,136   | ,220*  | ,519** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,008   | ,006   |        | ,177   | ,028   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x4    | Pearson Correlation | ,571** | ,253*  | ,136   | 1      | ,660** | ,766** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,011   | ,177   |        | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| x5    | Pearson Correlation | ,475** | ,219*  | ,220*  | ,660** | 1      | ,763** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,028   | ,028   | ,000   |        | ,000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Total | Pearson Correlation | ,772** | ,607** | ,519** | ,766** | ,763** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Reliabilitas

### UJI RELIABILITAS VARIABEL DRW-ERHA

| NAMA VARIABEL        | Cronbach's Alpha | N of Items |
|----------------------|------------------|------------|
| Harga Drw            | ,765             | 5          |
| Kualitas Produk Drw  | ,760             | 5          |
| Harga Erha           | ,722             | 5          |
| Kualitas Produk Erha | ,721             | 5          |

### 3. Statistik Deskriptif

#### Hasil Uji Statistik Deskriptif

##### Descriptive Statistics

|                      | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|----------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| Harga DRW            | 100 | 8       | 25      | 15,79 | 4,459          |
| Harga ERHA           | 96  | 8       | 25      | 16,40 | 4,229          |
| Kualitas Produk DRW  | 100 | 8       | 25      | 15,83 | 4,425          |
| Kualitas Produk ERHA | 96  | 8       | 25      | 16,44 | 4,210          |
| Valid N (listwise)   | 96  |         |         |       |                |

### 4. Uji Normalitas

#### Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Harga DRW         | Harga ERHA          | Kualitas Produk DRW | Kualitas Produk ERHA |
|----------------------------------|----------------|-------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| N                                |                | 100               | 96                  | 100                 | 96                   |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 15,79             | 16,40               | 15,83               | 16,44                |
|                                  | Std. Deviation | 4,459             | 4,229               | 4,425               | 4,210                |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,084              | ,070                | ,079                | ,064                 |
|                                  | Positive       | ,084              | ,070                | ,079                | ,064                 |
|                                  | Negative       | -,054             | -,067               | -,053               | -,064                |
| Test Statistic                   |                | ,084              | ,070                | ,079                | ,064                 |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,077 <sup>c</sup> | ,200 <sup>c,d</sup> | ,129 <sup>c</sup>   | ,200 <sup>c,d</sup>  |

## 5. Uji Homogenitas

### Test of Homogeneity of Variances

Harga DRW-ERHA

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| ,488             | 1   | 194 | ,486 |

### Test of Homogeneity of Variances

Kualitas Produk DRW-ERHA

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| ,490             | 1   | 194 | ,485 |

## 6. Uji Komparatif ( Perbandingan)

### Hasil Uji Perbedaan Harga DRW dengan ERHA dengan Kualitas Produk DRW dengan ERHA Paired Samples Test

|        |  | Paired Differences |                |                 |   |       | T      | Df | Sig. (2-tailed) |
|--------|--|--------------------|----------------|-----------------|---|-------|--------|----|-----------------|
|        |  | Mean               | Std. Deviation | Std. Error Mean | 95% Confidence Interval of the Difference |       |        |    |                 |
|        |  |                    |                |                 | Lower                                     | Upper |        |    |                 |
| Pair 1 | Harga DRW - Harga ERHA                     | -,521              | 1,979          | ,202            | -,922                                     | -,120 | -2,579 | 95 | ,011            |
| Pair 2 | Kualitas Produk DRW - Kualitas Produk ERHA | -,521              | 2,113          | ,216            | -,949                                     | -,093 | -2,416 | 95 | ,018            |

## Harga DRW

| no | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1  | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 16    |
| 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 1  | 15    |
| 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 12    |
| 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 14    |
| 5  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16    |
| 6  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 7  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 8  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 22    |
| 9  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 10 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 11 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 12 | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 14    |
| 13 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 14 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 15 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 16 | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 17 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 18 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 19 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 20 | 5  | 1  | 2  | 1  | 3  | 12    |
| 21 | 4  | 1  | 2  | 2  | 3  | 12    |
| 22 | 5  | 1  | 4  | 3  | 4  | 17    |
| 23 | 5  | 5  | 5  | 2  | 3  | 20    |
| 24 | 5  | 5  | 5  | 2  | 2  | 19    |
| 25 | 5  | 4  | 5  | 2  | 2  | 18    |
| 26 | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 19    |
| 27 | 5  | 2  | 5  | 3  | 3  | 18    |
| 28 | 5  | 2  | 5  | 2  | 2  | 16    |
| 29 | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 13    |
| 30 | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 9     |
| 31 | 4  | 1  | 4  | 3  | 4  | 16    |
| 32 | 5  | 1  | 4  | 5  | 4  | 19    |
| 33 | 5  | 1  | 2  | 5  | 5  | 18    |
| 34 | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 9     |
| 35 | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 8     |
| 36 | 4  | 2  | 2  | 3  | 4  | 15    |
| 37 | 5  | 2  | 4  | 5  | 4  | 20    |
| 38 | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 13    |
| 39 | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 9     |



|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 40 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 41 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 42 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 44 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 13 |
| 45 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 10 |
| 46 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 47 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 12 |
| 48 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 11 |
| 49 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 15 |
| 50 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 18 |
| 51 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 12 |
| 54 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 14 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 59 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 63 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 64 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 21 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 69 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 71 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 72 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 73 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 74 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 75 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 76 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 77 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 78 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 79 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 80 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 14 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 82  | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 83  | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 84  | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 85  | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 86  | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 87  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 88  | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 89  | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| 90  | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 13 |
| 91  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 92  | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8  |
| 93  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 94  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 95  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 96  | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 |
| 97  | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 15 |
| 98  | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 11 |
| 99  | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 100 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 14 |

### Harga ERHA

| no | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1  | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 16    |
| 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 1  | 15    |
| 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 12    |
| 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 14    |
| 5  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16    |
| 6  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 7  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 8  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 22    |
| 9  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 10 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 11 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 12 | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 14    |
| 13 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 14 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 15 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 16 | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 20 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 12 |
| 21 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 22 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 20 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 25 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 18 |
| 26 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 27 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 18 |
| 28 | 5 | 2 | 5 | 2 | 2 | 16 |
| 29 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 31 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 32 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 33 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 34 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 9  |
| 35 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 8  |
| 36 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 15 |
| 37 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 38 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 40 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 41 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 42 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 44 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 13 |
| 45 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 10 |
| 46 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 47 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 12 |
| 48 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 11 |
| 49 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 15 |
| 50 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 18 |
| 51 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 12 |
| 54 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 14 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 58 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 59 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 63 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 64 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 21 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 69 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 71 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 72 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 73 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 74 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 75 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 76 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 77 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 78 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 79 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 80 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 81 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 82 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 83 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 84 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 85 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 18 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 89 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 90 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 18 |
| 91 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 92 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 14 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 95 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 96 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 14 |

### Kualitas Produk DRW

| no | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1  | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 16    |
| 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 1  | 15    |
| 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 12    |
| 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 14    |
| 5  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16    |
| 6  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 7  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 8  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 22    |
| 9  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 10 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 11 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 12 | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 14    |
| 13 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 14 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 15 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 16 | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 17 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 18 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 19 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 20 | 5  | 1  | 2  | 1  | 3  | 12    |
| 21 | 4  | 1  | 2  | 2  | 3  | 12    |
| 22 | 5  | 1  | 4  | 3  | 4  | 17    |
| 23 | 5  | 5  | 5  | 2  | 3  | 20    |
| 24 | 5  | 5  | 5  | 2  | 2  | 19    |
| 25 | 5  | 4  | 5  | 2  | 2  | 18    |
| 26 | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 19    |
| 27 | 5  | 2  | 5  | 3  | 3  | 18    |
| 28 | 5  | 2  | 5  | 2  | 2  | 16    |
| 29 | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 13    |
| 30 | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 9     |
| 31 | 4  | 1  | 4  | 3  | 4  | 16    |
| 32 | 5  | 1  | 4  | 5  | 4  | 19    |
| 33 | 5  | 1  | 2  | 5  | 5  | 18    |
| 34 | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 9     |
| 35 | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 8     |
| 36 | 4  | 2  | 2  | 3  | 4  | 15    |
| 37 | 5  | 2  | 4  | 5  | 4  | 20    |
| 38 | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 13    |
| 39 | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 9     |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 40 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 41 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 42 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 44 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 13 |
| 45 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 10 |
| 46 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 47 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 12 |
| 48 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 11 |
| 49 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 15 |
| 50 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 18 |
| 51 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 12 |
| 54 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 14 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 59 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 63 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 64 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 21 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 69 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 70 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 11 |
| 71 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 72 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 73 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 74 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 75 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 76 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 77 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 78 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 79 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 80 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 14 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 81  | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 82  | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 83  | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 84  | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 85  | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 86  | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 87  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 88  | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 89  | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 13 |
| 90  | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 13 |
| 91  | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 10 |
| 92  | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8  |
| 93  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 94  | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 9  |
| 95  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 96  | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 |
| 97  | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 15 |
| 98  | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 11 |
| 99  | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 100 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 14 |

### Kualitas Produk ERHA

| no | x1 | x2 | x3 | x4 | x5 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1  | 4  | 4  | 4  | 2  | 2  | 16    |
| 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 1  | 15    |
| 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 1  | 12    |
| 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 14    |
| 5  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 16    |
| 6  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 7  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 8  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 22    |
| 9  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 10 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 11 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 20    |
| 12 | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 14    |
| 13 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |
| 14 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 15 | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 23    |
| 16 | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 22    |
| 17 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 25    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 20 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 12 |
| 21 | 4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 22 | 5 | 1 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 20 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 25 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 18 |
| 26 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 27 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 18 |
| 28 | 5 | 2 | 5 | 2 | 2 | 16 |
| 29 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 30 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 31 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 32 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 33 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 34 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 9  |
| 35 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 8  |
| 36 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 15 |
| 37 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 38 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 40 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 41 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 42 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 44 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 13 |
| 45 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 10 |
| 46 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 47 | 1 | 1 | 4 | 2 | 4 | 12 |
| 48 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 11 |
| 49 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 15 |
| 50 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 18 |
| 51 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 53 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 12 |
| 54 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 15 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 56 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 14 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |



|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 59 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 61 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 63 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 64 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 21 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 69 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 9  |
| 71 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 72 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 73 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 74 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 75 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 76 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 77 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 78 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 79 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8  |
| 80 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 81 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 82 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 83 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 84 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 85 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 12 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 19 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 18 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 89 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 90 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 18 |
| 91 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 92 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 16 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 95 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 96 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 14 |

**Rtabel (N= 51-100)**

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 51         | 0.228                                    | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52         | 0.226                                    | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53         | 0.224                                    | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54         | 0.222                                    | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55         | 0.220                                    | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56         | 0.218                                    | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57         | 0.216                                    | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58         | 0.214                                    | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59         | 0.212                                    | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60         | 0.210                                    | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61         | 0.209                                    | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62         | 0.207                                    | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63         | 0.205                                    | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64         | 0.204                                    | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65         | 0.202                                    | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66         | 0.201                                    | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67         | 0.199                                    | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68         | 0.198                                    | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69         | 0.196                                    | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70         | 0.195                                    | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71         | 0.194                                    | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72         | 0.192                                    | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73         | 0.191                                    | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74         | 0.190                                    | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75         | 0.188                                    | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76         | 0.187                                    | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77         | 0.186                                    | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78         | 0.185                                    | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79         | 0.184                                    | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80         | 0.182                                    | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81         | 0.181                                    | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82         | 0.180                                    | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83         | 0.179                                    | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84         | 0.178                                    | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85         | 0.177                                    | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86         | 0.176                                    | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87         | 0.175                                    | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88         | 0.174                                    | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89         | 0.173                                    | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90         | 0.172                                    | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91         | 0.171                                    | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.335  |
| 92         | 0.170                                    | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93         | 0.169                                    | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94         | 0.168                                    | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95         | 0.168                                    | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96         | 0.167                                    | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97         | 0.166                                    | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98         | 0.165                                    | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99         | 0.164                                    | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100        | 0.163                                    | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

## **DOKUMENTASI PENELITIAN**



Pembagian angket kepada saudara Irma Desita, pada tanggal 21 Januari 2024



Pembagian angket kepada saudari Ulfa Wafiah, pada tanggal 21 Januari 2024



Pembagian angket kepada saudari Afrilya, pada tanggal 21 Januari 2024



Pembagian angket kepada saudari Bunga Nurhani, pada tanggal 21 Januari 2024



Pembagian angket kepada saudari Sofa Marwah, pada tanggal 21 Januari 2024



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 6366 /Un.28/G.2/G.4c/TL.00/12/2023 21 Desember 2023  
Sifat : Biasa  
Lamp : 1 berkas  
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Camat Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Atifa Nurbaiti Pane  
NIM : 1940200146  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Analisis Komparatif Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare DRW-ERHA (Studi pada Masyarakat Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah)**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum  
Perencanaan dan Keuangan  
  
Dr. Rukiah, S.E., M.Si  
NIP. 19780324200642002

embusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
UPT. BAHASA**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4.5 Sihitang Kode Pos 22733  
Telepon. 0634.22080 Faximile 0634 24022  
Website : <https://www.uinsyahada.ac.id>

**SURAT KETERANGAN VALIDASI**  
**B- 176 /Un.28/J.2/PP.00.9/07/2024**

Kepala Unit Pelaksana Teknis Bahasa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan ini menerangkan bahwa abstraksi mahasiswa :

Nama : AFIFA NURBAITI PANE  
NIM : 1940200146  
Program Studi : Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan  
Judul Skripsi : Analisis Komparatif Harga Dan Kualitas Produk Pada Skincare Drw – Erha Kota Pandan

Telah **divalidasi** dan dinyatakan telah selesai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, 03 Juli 2024

Kepala UPT. Bahasa,



Eka Sustris Harida, M.Pd  
NIP : 19750917 200312 2 002