

TESIS

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK, SERTA  
PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KONSUMEN PRODUK ORIFLAME STUDI PELANGGAN  
ORIFLAME DI KOTA PALEMBANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Magister Manajemen



Oleh:  
FITRIANA  
NPM: 2022502008

**UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER  
PALEMBANG  
2025**



FM-PM-09.5/05

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER**

**PENGESAHAN TESIS**

**JUDUL TESIS**

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame (Studi Pelanggan Oriflame di Kota Palembang)**

Nama Mahasiswa : Fitriana  
NPM : 2022502008  
Program Studi : Manajemen Program Magister  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Telah Diuji Dalam Sidang Tesis  
Pada Tanggal 10 Februari 2025**

No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	Tanda Tangan
01	<b>Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501 Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama</b>	
02	<b>Dr. Juhaini Alie, MM NIDN. 0210067003 Anggota Komisi Penguji I</b>	
03	<b>Dr. Hj. Luis Marnisah, MM., CIQnR., CISHR NIDN. 00050966301 Anggota Komisi Penguji II</b>	
<p>Disetujui oleh; <b>Dekan Fakultas Ekonomi,</b>  <b>Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701</b></p>		<p>Diketahui oleh; <b>Ketua Program Studi Manajemen Program Magister,</b>  <b>Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501</b></p>



FM-PM-09.5/05

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER**

**LEMBAR PERSETUJUAN TESIS**

Tesis ini diajukan oleh,

**Judul** : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame (Studi Pelanggan Oriflame di Kota Palembang)  
**Nama Mahasiswa** : Fitriana  
**NPM** : 2022502008  
**Program Studi** : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

**Komisi Penguji Sidang Tesis,**

Ketua Komisi Penguji /  
Pembimbing Utama,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom.  
NIDN. 0007077501

Anggota Komisi Penguji I

Dr. Juhaini Alie, MM  
NIDN. 0210067003

Anggota Komisi Penguji II

Dr. Hj. Luis Marnisah, MM., CIQnR., CISHR  
NIDN. 0005096301

**Disahkan oleh:**

Ketua Program Studi Manajemen Program  
Magister,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM.,  
CMarcom.  
NIDN. 0007077501

Dekan Fakultas Ekonomi,

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701



FM-PM-09.5/05

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM MAGISTER**

**PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS**

**JUDUL TESIS**

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame (Studi Pelanggan Oriflame di Kota Palembang)**

Nama Mahasiswa : Fitriana  
NPM : 2022502008  
Program Studi : Manajemen Program Magister  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis**

Palembang, 18 / Februari / 2024

**Ketua Komisi Penguji/  
Pembimbing,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom.  
NIDN. 0007077501**

**Anggota Komisi Penguji I,**

**Dr. Juhaini Alie, MM  
NIDN. 0210067003**

**Anggota Komisi Penguji II,**

**Dr. Hj. Luis Marnisah, MM., CIQnR., CISHR  
NIDN. 0005096301**

Palembang, 19 / Februari / 2025  
**Dekan Fakultas Ekonomi,**

**Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D  
NIDN. 0208048701**

Palembang, 19 / Februari / 2025  
**Ketua Program Studi Manajemen Program  
Magister,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM.,  
CMarcom.  
NIDN. 0007077501**

## PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama lengkap : Fitriana

NPM : 2022502008

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis saya yang berjudul ;

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Personal Selling  
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame  
(Studi Palanggan Oriflame di Kota Palembang)

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain dan benar-benar hasil penelitian saya, sesuai kode etik akademik penulisan ilmiah. Pengutipan hasil penelitian orang lain atau penggunaan teori penelitian, saya selalu disebutkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melakukan *plagiarisme* dan melanggar pernyataan tersebut, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik yang berlaku di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangai secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 Januari 2025  
Yang Menyatakan,  
  
Fitriana  
NPM. 2022502008



**DEKLARASI HAK CIPTA DAN PERSEMBAHAN LISENSI  
TESIS TERBATAS KEPADA PROGRAM MAGISTER  
MANAJEMEN UNIVERSITAS IGM**

Dengan ini, saya selaku penulis dan pemilik hak cipta kekayaan intelektual berupa tesis yang berjudul ;

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Personal Selling  
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame  
(Studi Palanggan Oriflame di Kota Palembang)

Dengan sebenarnya memberikan kewenangan terbatas kepada program studi manajemen program magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang untuk menyimpan pada perpustakaan, menggandakan dan mensitasi untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangai secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 Januari 2025  
Yang Menyatakan,  
  
Fitriana  
NPM. 2022502008



## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-salamnya penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME (STUDI PELANGGAN ORIFLAME DI KOTA PALEMBANG)”.

Di dalam proses tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Indo Global Mandiri.
2. Bapak Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D selaku dekan Universitas Indo Global Mandiri.
3. Bapak Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,CDM., CMarcom selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Magister manajemen, atas waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan tesis ini.
4. Ibu Dr. Tien Yustini, M.Si, CIRR., CLMA selaku Pembimbing Akademik.
5. Segenap dosen di Program Studi Magister Manajemen atas ilmu yang telah di berikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Ibu tercinta, Ibu Maryani yang selalu memberikan dukungan.
7. Pihak PT. Orindo Alam Ayu dan pelanggan setia oriflame.
8. Rekan seperjuangan di kelas karyawan terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat selama menyelesaikan studi ini.

Palembang, 27 Januari 2025

Fitriana  
20222502008

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini secara khusus untuk mendapatkan hasil analisis pengaruh variabel kualitas produk, harga, citra merek dan personal selling terhadap keputusan pembelian. Secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data kuisisioner. Populasi penelitian ini sebanyak 150 pelanggan yang tersebar di Kota Palembang, diambil menjadi sampel sebanyak 110 pelanggan. Pengolahan data menggunakan *tools* analisis SPSS 25. Pengujian data menggunakan uji t, bahwa penelitian kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0.007(<0.05), harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0.008(<0.05), citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0.000(<0.05) sedangkan personal selling tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0.063(<0.05) dan kualitas produk, harga, citra merek dan personal selling dengan nilai sig 0.000 (<0.05). Benang merah penelitian ini bahwasannya kualitas produk, harga, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial namun untuk personal selling tidak berpengaruh sedangkan secara simultan kualitas produk, harga, citra merek dan personal selling berpengaruh, Strategi untuk meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan meningkatkan diskon atau promosi di berbagai media sosial.

Kata kunci ; kualitas produk, harga, citra merek, personal selling.



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is specifically to obtain the results of the analysis of the influence of product quality variables, price, brand image and personal selling on purchasing decisions. Partially or simultaneously. The research method uses a questionnaire data collection technique. The population of this study was 150 customers spread across the city of Palembang, taken as a sample of 110 customers. Data processing using SPSS 25 analysis tools. Data testing using the t-test, that product quality research influences purchasing decisions with a sig value of 0.007 (<0.05), price influences purchasing decisions with a sig value of 0.008 (<0.05), brand image influences purchasing decisions with a sig value of 0.000 (<0.05) while personal selling does not affect purchasing decisions with a sig value of 0.063 (<0.05) and product quality, price, brand image and personal selling with a sig value of 0.000 (<0.05). The common thread of this research is that product quality, price, brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions partially, but for personal selling they have no effect, while simultaneously product quality, price, brand image and personal selling have an effect. Strategies to increase sales can be done by increasing discounts or promotions on various social media.*

*Keywords; product quality, price, brand image, personal selling.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS.....	vi
PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME.....	v
DEKLARASI HAK CIPTA.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Manajemen.....	8
2.2 Pemasaran.....	10
2.3 Manajemen Pemasaran.....	11
2.4 Ruang Lingkup Pemasaran.....	13
2.5 Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen.....	14
2.6 Pemasaran dalam lingkup yang dinamis.....	15
2.7 Kualitas Produk.....	15
2.8 Harga.....	18
2.9 Citra Merek.....	20
2.10 Personal Selling.....	21
2.11 Keputusan Pembelian.....	21
2.12 Penelitian Terdahulu.....	23
2.13 Kerangka Pemikiran.....	26
2.14 Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	30
3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian.....	31
3.4 Metode dan Pengumpulan Data.....	31
3.5 Definisi Operational Variabel.....	32
3.6 Rancangan Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Instrumen.....	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	35
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	35
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.6.2.4 Analisis Regresi Berganda.....	36
3.7 Rancangan Uji Hipotesis.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.2	Karakteristik Responden .....	40
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	40
4.3.1	Uji Validitas .....	40
4.3.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (KPR).....	41
4.3.1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (H).....	42
4.3.1.3	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (CM).....	42
4.3.1.4	Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling (PS).....	43
4.3.1.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (KPE).....	44
4.3.2	Uji Realibilitas .....	44
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1	Uji Normalitas.....	45
4.4.2	Uji Multikoleniaritas .....	46
4.4.3	Uji Heteroskedasitas .....	47
4.4.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.4.5	Hasil Uji t .....	48
4.4.6	Hasil Uji .....	49
4.4.7	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	50
4.5	Uji Hipotesis.....	51
4.6	Analisis dan Pembahasan.....	51
	<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
5.1	Kesimpulan .....	56
5.2	Saran .....	57
5.3	Implikasi Manajerial .....	57
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
	Data Lampiran :	
	1. Kartu Bimbingan	
	2. Kusioner	
	3. Hasil Kuisisioner	
	4. Daftar Riwayat Hidup	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Kosmetik Terlaris di Indonesia Periode April-Juni 2022 .....	4
Tabel 1.2 Data Pejualan .....	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Data Pelanggan.....	30
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuisisioner.....	31
Tabel 3.3 Definisi Operational.....	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Harga .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Independen dan Dependen.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Multikolineritas.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Heteroskedastisitas (Spearman'Rho).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Unstandardised Coefficients.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Secara Parsial).....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji F(Secara Simultan).....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2).....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1 Karakteristik Responden .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan.....	62
Lampiran 2 Kuisisioner.....	64
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner .....	68
Lampiran 4 Tabel r.....	80
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS .....	81
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	87