

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Penentuan Harga pada Produk Wardah

Salsabila Aprilia

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: 1222100054@surel.untag-sby.ac.id

Hwihanus

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: hwihanus@untag-sby.ac.id

***Abstract.** Accounting information system is an information system that deals with everything related to accounting. Accounting itself is actually an information system. The role of accounting information systems for wardah product is almost the same as for large companies. Make economic decisions when conducting business, including decisions about market development, pricing, and preparing financial statements in accordance with accounting principles. To obtain reports or information that is accurate, timely and reliable, AIS in the digital era cannot be done without using a computer device. In computer automation, the use of manual labor will soon be abandoned.*

***Keywords:** Accounting, Company, Labor.*

Abstrak. Sistem informasi akuntansi adalah sistem informasi yang berhubungan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan akuntansi. Akuntansi itu sendiri sebenarnya adalah sebuah sistem informasi. Peran sistem informasi akuntansi untuk produk wardah hampir sama dengan perusahaan besar. Membuat keputusan ekonomi saat menjalankan bisnis, termasuk keputusan tentang pengembangan pasar, penetapan harga, dan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi. Untuk memperoleh laporan atau informasi yang akurat, tepat waktu dan terpercaya, SIA di era digital tidak dapat dilakukan tanpa menggunakan perangkat komputer. Dalam otomatisasi komputer, penggunaan tenaga kerja manual akan segera ditinggalkan.

Kata kunci: Akuntansi, Perusahaan, Tenaga Kerja.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya waktu menyebabkan persaingan dalam dunia usaha kecantikan semakin ketat, oleh karena itu perusahaan harus mampu untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama agar tetap memilih melakukan pembelian terhadap produk perusahaan. Produk kecantikan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar wanita dalam menunjang penampilan. Konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian terhadap suatu produk dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga dalam hal ini terdapat harapan konsumen terhadap produk tersebut. Yang mana harapan ini dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap

Received November 30, 2022; Revised Desember 2, 2022; Januari 05, 2023

* Salsabila Aprilia, 1222100054@surel.untag-sby.ac.id

suatu produk. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menciptakan kepuasan konsumen, dengan menganalisis dan mempelajari perilaku konsumen menjadi hal penting agar dapat memberikan masukan dalam perencanaan strategi. Meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga agar mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini maupun dimasa yang akan datang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Konsumen selalu menuntut kualitas produk, semakin baik kualitas produk maka dapat memenuhi harapan konsumen sehingga hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk. Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam memperagakan fungsinya (Kotler & Amstrong, dalam Nyonyie dkk :2019). Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen agar mendapatkan suatu produk, yang mana harga ini juga memiliki pengaruh yang besar dalam menciptakan kepuasan konsumen. Harga yang tinggi akan menyebabkan konsumen memilih untuk beralih kepada produk yang lain. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen selanjutnya yaitu kualitas pelayanan yang mana merupakan seberapa besar kenyataan yang ada dengan harapan dari konsumen atas suatu pelayanan yang didapatkan (Atmanegara dkk, 2019:82). Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk maka konsumen tersebut akan lebih loyal terhadap produk. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk tidak terlepas dari jenis produk, harga, dan kualitas yang diberikan oleh produk tersebut.

Setiap produk kosmetik memiliki kualitas dengan ciri dan manfaat sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen . salah satu produk kosmetik yang banyak digunakan dan diminati oleh konsumen yaitu produk wardah. Wardah merupakan salah satu produk kecantikan yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology And Innovation. Produk Wardah ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan merek yang lain karena wadah merupakan pelopor produk kosmetik halal di Indonesia. Menurut data penjualan produk kosmetik, Wardah selalu menduduki peringkat 3 besar, hal ini menandakan bahwa produk wardah ini banyak diminati oleh konsumen. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen wardah mengeluarkan berbagai varian produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh wardah juga dapat bersaing dipasaran, dan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Keunggulan produk wardah yaitu dengan menggunakan bahan alami dan berkualitas sehingga dapat menghindari efek samping yang berbahaya bagi kesehatan kulit, yang mana ini merupakan salah satu alasan konsumen dalam melakukan pembelian produk wardah. Dalam menjamin produknya wardah memiliki tiga prinsip dalam menjalankan usahanya yaitu “pure and safe” hal ini berarti bahan baku dalam memproduksi wardah berasal dari bahan yang alami dan tidak berbahaya. “Beauty Expert” yang berarti wardah ingin menjadikan Wanita cantik natural dan maksimal. :Inspiring Beauty” Dalam hal ini berarti produk wardah berkenginan untuk menjadikan kecantikan yang berasal dari produk wardah sebagai inspirasi bagi banyak orang.

Penelitian yang dilakukan oleh Julia Mega Bansaleng, Jantje L Sepang, dan Jeffry L A Tampenawas dengan judul “Pengaruh kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado”. Penelitian ini menjelaskan bahwa Keunggulan dari telepon seluler yaitu kita dapat berkomunikasi dengan orang lain dimanapun kita berada. Yang mana dengan semakin pesatnya perkembangan telepon seluler saat ini juga tidak lepas dari operator yang menyediakan jasa layanan telepon seluler. Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk secara bersama-sama Terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Kartu Provider XL. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Provider XL dan secara parsial hanya kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebaiknya Provider XL agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Kualitas Layanan Produknya, sehingga konsumen yang di layani akan lebih merasa puas lagi dengan pelayanan yang di berikan oleh pihak XL dan hal tersebut memberikan keuntungan untuk kedua pihak antar produsen dan konsumen.

Tujuan penelitian

- (1) menganalisis pengaruh kualitas produk wardah terhadap kepuasan konsumen.
- (2) menganalisis pengaruh harga produk wardah terhadap kepuasan konsumen.
- (3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dari wardah terhadap kepuasan konsumen.
- (4) mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dari produk wardah terhadap kepuasan konsumen.

Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah Secara teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, kualitas layanan, harga, serta kepuasan pelanggan, sehingga dapat membandingkan antara teori yang diperoleh dalam kuliah dan aplikasi di lapangan. Dan selain itu juga dapat berguna sebagai tambahan referensi bagi penelitian dengan tema pembahasan yang sama di masa yang akan datang. Secara praktis, yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan dan digunakan sebagai sumber informasi bagi penyusunan rencana strategi pemasaran yang lebih baik di masa yang akan datang khususnya bagi produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Kosmetik Wardah

PT. Pusaka Tradisi Ibu didirikan sejak tahun 1985 oleh Nurhayati Subakat yang kemudian pada tahun 2011 perusahaan ini berganti nama menjadi PT. ParagonTechnology And Innovation, merupakan salah satu perusahaan manufaktur kosmetik nasional terbesar di Indonesia dan pemegang beberapa merek-merek unggulan seperti Wardah, Make Over, Emina, IX, dan Putri. Wardah adalah brand kecantikan dari Indonesia untuk para wanita Indonesia, maka peran ladies pun sangat besar dalam pengembangan inovasi produk Wardah. Semua produk Wardah sudah teregistrasi oleh BPOM, mengantongi sertifikat halal, cruelty free, dan lolos serangkaian uji efikasi, sehingga klaim produk yang dipasarkan sudah sesuai dengan khasiat produk. Wardah menghadirkan produk kosmetik sesuai dengan opini, ulasan, dan keluhan para wanita Indonesia. Dengan begitu, Wardah mengembangkan ide untuk diproses, lalu dikembangkan oleh tim riset di innovation lab milik Wardah. Prototipe produk sudah diuji secara dermatologis dan oftalmologis untuk menjamin keamanan, keefektifan, dan kualitas produk.

Harga

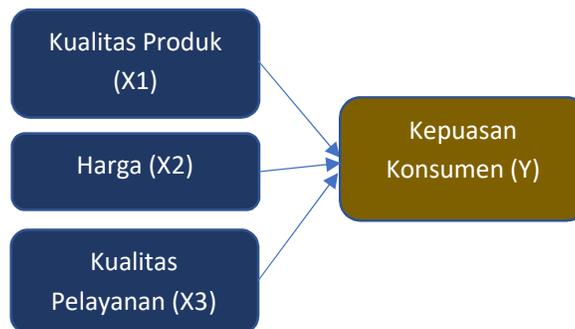
Menurut Didin dan Anang (2019), harga bagi suatu usaha atau badan usahayang menghasilkan pendapatan (income), adapun unsur-unsur bauran pemasaranlainnya yaitu Product (produk), Place (tempat atau saluran), dan Promotion (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badanusaha, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang. Menurut Tjiptono (2019), agar dapat sukses dalam memasarkan suatubarang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Hargamerupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau 16 pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, danpromosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk (Kotler 2005 dalam Fardiani 2013). Indikator dari harga diantaranya, (Kotler dan Armstrong, 2012)

- 1) Tingkat Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga terhadap kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga terhadap manfaat produk
- 4) Daya saing dari suatu harga

Kualitas Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian, permintaan, dan konsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2010). Kualitas produk merupakan suatu karakteristik dari produk ataupun jasa berdasarkan pada kemampuan dari produk dalam memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2009). Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila telah produk tersebut telah memiliki nilai guna atau fungsi yang sesuai dengan keinginan konsumen (Sunyoto, 2016).

Kerangka Konseptual



Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas layanan. Serta variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Berikut gambaran dari kerangka konseptual :

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan penetapan harga produk wardah.

Wardah memiliki strategi dalam memasarkan produknya melalui media sosial. Hal ini menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk wardah dalam menyampaikan informasi tentang gambaran produk, jenis produk, manfaat dan keunggulan produk. Dalam system sebuah perusahaan perlu adanya pencatatan akan hasil dari produk yang diciptakan. Agar perusahaan tersebut bisa memprekdisikan akan kemajuan produk yang dihasilkan berkembang pesat atau tidak. Untuk mempermudah hal tersebut diperlukannya

sistem aplikasi yang dibutuhkan adalah sistem informasi akuntansi. Aplikasi akuntansi ini menyediakan informasi neraca dalam bentuk buku besar, neraca saldo, laba rugi, perubahan modal dan neraca yang diperlukan untuk pengambilan keputusan manajemen. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk menerapkan SIA dalam pengelolaan usahanya.

Sistem informasi akuntansi (AIS) adalah sistem yang menangkap, menyimpan, dan mengelola data keuangan (keuangan), yang umumnya terkomputerisasi. Proses bisnis akan sederhana, cepat dan aman. Dengan adanya sistem informasi akuntansi dapat mempermudah pengelolaan dan pengarsipan data secara otomatis oleh pengguna. Peran sistem informasi akuntansi untuk usaha produk wardah adalah untuk membuat keputusan ekonomi dalam manajemen bisnis, termasuk: (1) keputusan pengembangan pasar, (2) penetapan harga, (3) penyusunan laporan keuangan sesuai standar akuntansi, dan lain-lain. Untuk memperoleh laporan atau informasi yang akurat, tepat waktu dan terpercaya, SIA di era digital tidak lepas dari penggunaan perangkat komputer (IT).

Pengembangan Sistem Informasi pada produk wardah

Di era modern ini, perkembangan bisnis produk wardah semakin kompetitif. Hal ini mendorong para pemimpin bisnis untuk mengubah berbagai metode manajemen bisnis untuk merasionalisasi biaya dan meningkatkan kualitas produk. Aktivitas perusahaan membutuhkan inovasi baru untuk bertahan, termasuk pembuatan register keuangan. dan hubungan keuangan yang baik..

Salah satu faktor utama yang menjadi masalah dan menghambat produk wardah untuk mengembangkan usahanya adalah kurangnya kapasitas untuk menggunakan informasi akuntansi. untuk menghasilkan data yang kompeten. dan kritis, serta dapat dianalisa lebih detail untuk perkembangan perusahaan ke depan. Setiap keputusan yang diambil dalam mengembangkan usaha dengan sistem informasi akuntansi akan didasarkan pada posisi keuangan yang dilaporkan secara keseluruhan dan data keuangan tersebut akan menjadi informasi yang diperlukan bagi manajemen.

Teknologi Pembantu Untuk Pengembangan Informasi Keuangan

Pengaruh teknologi informasi secara signifikan mempengaruhi praktik akuntansi dan keuangan. Untuk mencatat transaksi dan mengumpulkan bukti transaksi, sistem informasi akuntansi harus dikembangkan. Aplikasi bantu untuk sistem informasi akuntansi terkomputerisasi seperti, MYOB Accounting dan program sejenis lainnya. Penggunaan komputer, transaksi dan prosedur akuntansi dapat diprogram menjadi lebih sederhana. Salah satu hasil dari sistem informasi akuntansi biasanya berupa laporan keuangan yang dilaporkan setiap akhir periode dalam bentuk laporan pertanggungjawaban manajemen perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini berisikan mengenai pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, daesain penelitian.

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana pendekatan dalam metode penelitian ini memiliki spesifikasi yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas mulai pada tahap awal sampai dengan pembuatan desain penelitian (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal atau sebab akibat yang mana penelitian ini merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan menyatakan bahwa variabel bebas mempengaruhi atau menyebabkan variabel terikat (Fadhli, 2016)

Populasi merupakan suatu generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari selanjutnya dan dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Populasi dari penelitian ini merupakan Mahasiswa/Mahasiswi kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sampel merupakan sejumlah bagian dan karakteristik yang ada pada populasi (Sugiyono, 2009). Adapun kriteria yang harus dipenuhi dalam menentukan responden dalam penelitian ini diantaranya :

- a) Mahasiswa/Mahasiswi yang berkuliah di Kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- b) Pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk Wardah

Menurut Hair et al (2010) jumlah sampel dapat ditentukan dengan menentukan sampel minimum yaitu dengan mengalikan jumlah indikator dengan lima sedangkan untuk menentukan jumlah sampel maksimum dilakukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan sepuluh. Sehingga dalam penelitian ini memiliki 20 indikator sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan Teknik nonprobability sampling yang mana menerapkan metode purposive sampling dalam pengambilan sampel. Dalam hal ini berarti merupakan Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2009).

Penelitian ini terdapat empat variabel yaitu tiga variabel independent (Variabel bebas) dan satu variabel terikat (variabel dependent). Yang mana dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, kualitas dan kualitas harga, sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

b. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Nginden baru IV no 08, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Pelaksanaan penelitian ini dijadwalkan pada tanggal 26 November 2022.

c. Desain Penelitian

Penelitian tersebut menggunakan metode pada pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang di dalamnya banyak menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data hasil penelitian, penafsiran yang dilakukan terhadap data yang diperoleh, dan pemaparan hasilnya. Penelitian ini menyelidiki bagaimana seputar permasalahan tentang kosmetik penelitian ini menggunakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi sebuah sampel tertentu, pengumpulan data ini menggunakan instrumen penelitian dimana ada analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji sebuah anggapan dasar (hipotesis) yang sudah ditetapkan.

Metode Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yaitu berupa daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden dari penelitian ini. yang mana kuesioner disebarakan secara online menggunakan google formulir dengan skala pengukuran menggunakan skala Guttman.

Alat Pengumpulan Data

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner yang di dalamnya terdapat beberapa pertanyaan tertulis untuk mendapatkan data yang diperlukan dari responden. pengukuran data dalam variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini menggunakan skala Guttman yang mana memiliki dua preserensi jawaban yaitu Ya (1) dan Tidak (0). Berdasarkan variabel dan indikator yang telah ditetapkan maka dapat

dirumuskan instrument pertanyaan yang akan disebarakan kepada respon yang mana instrument terlampir.

Lampiran Instrumen Penelitian			
No	Pertanyaan	Skala Pengukuran	
		Ya (1)	Tidak (0)
Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)			
1	Saya menggunakan produk wardah karena memiliki kualitas produk yang baik		
Kesesuaian Spesifikasi (<i>Conformance to specifications</i>)			
2	Produk yang ditawarkan oleh wardah memiliki variasi produk yang dapat disesuaikan dengan jenis kulit		
Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)			
3	Produk wardah menggunakan bahan-bahan yang tidak berbahaya bagi kulit pemakai		
Pengemasan (<i>Packing</i>)			
4	Produk wardah memiliki kemasan yang menarik dan aman		
Kinerja (<i>Performance</i>)			
5	Wardah memiliki manfaat produk sesuai dengan variannya		
Keterjangkauan harga			
6	Harga yang ditawarkan oleh produk wardah terjangkau		
Kesesuaian harga			
7	Harga yang ditawarkan oleh wardah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan		
Daya saing harga			
8	Harga produk wardah dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya		
Kesesuaian harga dengan manfaat produk			
9	Harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil dan manfaat yang didapatkan		
Kesesuaian harga dengan pelayanan			
10	Harga yang ditawarkan oleh produk wardah sesuai dengan pelayanan yang diberikan		
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
11	Narahubung atau contact persen yang dari Wardah memiliki kecepatan dalam merespon chat dari konsumen (Online) Pelayanan terhadap pembelian yang diberikan oleh karyawan wardah cepat dan tepat (Offline)		
Empati (<i>Emphaty</i>)			
12	Proses pemesanan terhadap produk Wardah yang mudah (Online) BA dari wardah melayani dengan ramah dan sopan (Offline)		

Keandalan (<i>Reability</i>)			
13	Proses pengiriman barang yang sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan (Online) Pelayanan yang diberikan oleh karyawan wardah membuat saya nyaman dalam berbelanja (Offline)		
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
14	Produk Wardah memberikan jaminan refund atau mengganti dengan produk baru apabila produk yang sampai ke tangan konsumen rusak, kadaluarsa ataupun salah mengirimkan produk (Online) Karyawan menerima masukan dan kritik dari konsumen dengan baik dan bijak (Offline)		
Bukti langsung (<i>Tangibles</i>)			
15	Saya mudah dalam mencari produk yang ada dalam toko online Wardah karena display dari toko online Wardah tertata dengan rapi dan menarik (Online) BA dari wardah memberikan informasi produk dengan jelas dan mudah dimengerti (Offline)		
Kesesuaian harapan			
16	Saya merasa puas terhadap produk wardah		
Menciptakan merek			
17	Ketika saya membutuhkan produk kosmetik maka produk wardah yang pertama ada diingatan		
Pembelian ulang			
18	Saya akan terus menggunakan produk wardah ini		
Word Of Mouth (<i>Merekomendasikan ke orang lain</i>)			
19	Saya akan merekomendasikan produk wardah kepada keluarga, teman, ataupun kerabat lainnya		
Kepuasan emosional			
20	Saya tidak pernah kecewa dan tidak pernah <i>complain</i> terhadap produk wardah		

Sampel

Menurut Hair et al (2010) jumlah sampel dapat ditentukan dengan menentukan sampel minimum yaitu dengan mengalikan jumlah indikator dengan lima sedangkan untuk menentukan jumlah sampel maksimum dilakukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan sepuluh. Sehingga dalam penelitian ini memiliki 20 indikator sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan Teknik nonprobability sampling yang mana menerapkan metode purposive sampling dalam pengambilan sampel. Dalam hal ini berarti merupakan Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2009).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yaitu berupa daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden dari penelitian ini. yang mana kuesioner disebarakan secara online menggunakan google formulir dengan skala pengukuran menggunakan skala Guttman.

Metode analisis data

1. Uji Validitas

Merupakan suatu perhitungan data dengan mengetahui apakah data yang diperoleh peneliti tidak berbeda jauh dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2016)

2. Uji Realibilitas

Merupakan suatu pengukuran untuk mengetahui berapa tinggi suatu instrument penelitian dapat diandalkan atau dipercaya, yang mana dalam uji realibilitas ini menyangkut mengenai konsistensi (Mustafa, 2018)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa analisis regresi linier berganda, yang mana memiliki formulasi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dalam metode analisis data ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

4. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan pengujian untuk mengetahui apakah variabel pengganggu berdistribusi normal (Ghizali, 2016). Cara yang biasanya dilakukan untuk mengetahui normalitas data yaitu dengan menggunakan grafik histogram ataupun kurva normal probability plot.

b. Uji Heterokedastisitas

Merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual. Yang mana model regresi yang baik merupakan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak ada perubahan atau tetap.

c. Uji Multokolineritas

Merupakan pengujian yang digunakan untuk menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat diandalkan atau dipercaya.

Dalam uji ini dikatakan tidak terjadi gejala multokolineritas apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 (Ghozali, 2016)

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Merupakan pengukuran yang menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (Ghozali, 2016)

b. Uji Simultan (Uji f)

Merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara Bersama-sama (Ghozali, 2016)

c. Uji Determinasi

Merupakan pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk presentase.

Variabel Dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas atau Independent Variable (X)

Variabel	Definisi	Indikator	Butir Soal	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan suatu karakteristik dari produk mengenai kemampuannya dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan dari konsumen yang diimplementasikan (Kotler dan Armstrong, 2009)	Kualitas produk	1	<i>Skala Guttman</i>
		Kesesuaian Spesifikasi (conformance to specifications)	2	
		Keistimewaan tambahan (Features)	3	
		Pengemasan	4	
		Kinerja (Performance)	5	
Kualitas Harga (X2)	Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan atau ditagihkan atas suatu produk atau jasa yang dibelinya (Kotler dan Armstrong, 2015)	Keterjangkauan harga	6	<i>Skala Guttman</i>
		Kesesuaian harga	7	
		Daya saing harga	8	
		Kesesuaian harga dengan manfaat produk	9	
		Kesesuaian harga dengan pelayanan	10	
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan untuk menyampaikan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan dalam penyampaian sehingga dapat mengimbangi harapan dari konsumen (Tjiptono, 2010)	Daya tanggap (Responsiveness)	11	<i>Skala Guttman</i>
		Empati (Empathy)	12	
		Kehandalan (reability)	13	
		Jaminan (Anssurance)	14	
		Bukti langsung (Tangibles)	15	

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data dalam bentuk data yang terdiri dari pernyataan variabel yaitu X1,X2,Y. Angket ini diberikan kepada 20 pembeli pada Toko kosmetik sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert yang berbentuk tabel ceklis.

Nama usaha : kosmetik

Jenis usaha : Perdagangan

Nama pemilik :Risma maulidina

Alamat Usaha : Jl karang rejo Timur no I, Kecamatan Wonokromo, Kota Surabaya

Masalah dan Kendala Usaha

Kualitas produk orang yang membeli kosmetik merupakan mereka yang ingin mempercantik diri. Mereka tidak ragu untuk mengeluarkan banyak uang untuk membeli kualitas produk kosmetik yang bagus . terlebih lagi jika pelanggan tersebut menggunakan kosmetik untuk kehidupan sehari – hari mereka seperti bekerja. Tentunya mereka akan memilih produk kosmetik yang tahan air, tahan lama, mudah untuk diaplikasikan dan lain sebagainya. Hal ini yang menjadi alasan mengapa pengusaha kosmetik harus

menjual barang yang standar. Jangan sekali – kali berani untuk menjual barang yang mengandung berbahaya. Adanya kompetitor atau pesaing yang sama masalah banyaknya persaingan pada usaha kosmetik adalah salah satu permasalahan umum dalam berwirausaha yang tentunya akan muncul pada usaha lain. Pada awal usaha kosmetik persaingan bukan sesuatu hal yang memberikan efek berarti, tetapi sebentar atau lambat ketika makin banyak usaha yang sama dengan yang mulai tampil menonjol maka dampak tersebut akan mulai menonjol, sulitnya membangun kepercayaan konsumen adalah Kendala yang cukup sering dihadapkan dan ditemui pada usaha kosmetik. Konsumen kosmetik cenderung berhati – hati dalam memilih kosmetik. Terlebih lagi banyak kasus wajah rusak karena penggunaan kosmetik. Hal ini akan berdampak pada konsumen yang nantinya tentu enggan untuk membeli di toko Anda. Hal yang pertama dapat kamu lakukan adalah memastikan produk yang kamu jual merupakan produk yang aman. Setelah kamu memastikan produk kamu aman. Saatnya kamu menyakinkan konsumen toko kosmetik kamu. Tentunya bukan hal yang mudah namun, seiring dengan berjalannya waktu dengan tekad dan idak pantang menyerah maka konsumen dapat percaya dengan bisnis kamu.

KESIMPULAN

Dalam bisnis produk wardah kualitas produk oleh perusahaan untuk membangun mutu yang baik dimata konsumen. Dengan begitu konsumen perlu mengetahui bagaimana produk itu dibuat, apa manfaatnya, dan lain sebagainya sebelum membeli produk tersebut. Penetapan Harga pada produk wardah merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau penghasilan bagi perusahaan, sehingga sangat penting untuk menentukan harga pada produk yang akan dijual. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang yang berminat membeli produk

DAFTAR PUSTAKA

- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34722>
- NOVIANTI, Y., & PURBA, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah. *JURNAL ILMIAH MAKSITEK*, 5(2), 35-46.
<https://makarioz.sciencemakarioz.org/index.php/JIM/article/download/147/143>
- Prayogo, B., & Batubara, Z. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(2), 1-8.
<http://jurnal.una.ac.id/index.php/mes/article/view/1880>
- Sari, D. P., Suarman, S., & Riadi, R. M. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen pada Produk Kecantikan Islami Wardah (Doctoral dissertation, Riau University).
<https://www.neliti.com/publications/183707/faktor-yang-mempengaruhi-tingkat-kepuasan-konsumen-pada-produk-kecantikan-islami>
- Sari, P. K., & Sulistyawati, L. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Studi pada Konsumen Wardah Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 1905-1923.
<https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/6171/3366>
- <https://www.google.com/search?q=artikel+penetapan+harga+produk+wrдах&oq=artikel+penetapan+harga+produk+wrдах&aqs=chrome..69i57.12691j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>