

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PELANGGAN GUARDIAN MALL BASSURA

Nadia Putri Yulanda ¹⁾ dan Arief Rachmawan Assegaf ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen FE UNKRIS

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen FE UNKRIS

Alamat: Kampus UNKRIS, Jatiwaringin Jakarta Timur

Email: arassegaf@gmail.com

Submit : 17 Februari 2026, Review : 30 Meret 2026, Publish : 13 April 2026

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of price and product quality on the purchasing decision of Wardah Glasting Liquid Lip products for customer at Guardian Mall Bassura. This study uses a quantitative method with a survey approach. The sample was selected using purposive sampling with the criteria of female respondents who purchased Wardah products. The number of samples was calculated based on the Lemeshiw calculation. Data analysis used multiple and simple linear regression. The results of the study partially show that price has an effect on purchasing decisions and product quality has an effect on purchasing decisions. Simultaneously, price and product quality have an effect on purchasing decisions for Wardah Glasting Liquid Lip products for customer at Guardian Mall Bassura.

Keywords: Price (:); product quality (:); purchasing decision

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Sampel dipilih menggunakan pengambilan sampel secara sengaja sampling dengan kriteria responden wanita yang melakukan pembelian produk wardah. Jumlah sampel dihitung berdasarkan perhitungan Lemeshiw se. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dan sederhana. Hasil penelitian secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura.

Kata Kunci: Harga (:); kualitas produk (:); keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam bidang ekonomi saat ini telah membawa dampak signifikan terhadap perkembangan dunia bisnis. Terutama dalam hal persaingan antar perusahaan dalam memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus terus mengembangkan kreativitas dan inovasi terbaru dalam produk yang dihasilkan untuk unggul dibandingkan produk pesaing. Salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri produk kecantikan, yaitu kosmetik (Tambun *et al.*, 2023).



Kosmetik bukanlah kebutuhan dasar manusia, namun setelah kebutuhan dasar terpenuhi, manusia cenderung memenuhi kebutuhan lainnya, termasuk merawat dan mempercantik diri. Dalam kenyataannya, terdapat sedikit perbedaan antara kebutuhan perempuan dan laki-laki, terutama dalam hal penampilan. Bagi perempuan, penampilan adalah aspek penting yang harus diperhatikan. Salah satu cara untuk menjaga penampilan adalah dengan menggunakan kosmetik, yang bertujuan agar terlihat lebih cantik dan menarik di depan orang lain (Puspitasari, 2023).

Banyaknya produk kosmetik dipasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan penggunaan produk. Saat ini, pelanggan semakin teliti dalam memilih dan mengevaluasi produk atau jasa yang akan mereka gunakan atau konsumsi. Hal ini secara langsung mempengaruhi kecerdasan pelanggan dalam memilih produk. Sebagian besar pelanggan akan memilih produk dengan kualitas terbaik yang dapat memberikan manfaat sesuai dengan harapan mereka, serta mempertimbangkan harga produk yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka (Osiska *et al.*, 2023). Menurut Kotler dan Keller (2018), terdapat empat indikator keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut: 1) Kemantapan pada sebuah produk; 2) Kebiasaan dalam membeli produk; 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain; dan 4) Melakukan pembelian ulang.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembeli. Semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin besar minat pelanggan untuk memilih atau membeli produk tersebut (Hulima *et al.*, 2021). Keinginan pelanggan terhadap kualitas produk mencakup manfaatnya dalam memenuhi kebutuhan dan keamanannya bagi pengguna, sehingga konsumen merasa tenang secara fisik dan emosional saat menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu menginformasikan manfaat dan cara penggunaan produk. Khususnya untuk produk pangan, obat-obatan, dan kosmetik, perusahaan harus mencantumkan informasi terkait produk seperti komposisi, masa berlaku, cara penggunaan, serta keterangan bahwa produk telah disetujui oleh Badan Pengawas Pangan Obat dan Kosmetik (BPOM). Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan juga harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya. Jika konsumen menganggap produk berkualitas, maka produk tersebut akan selalu diminati. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2014) dalam Tambun *et al.*, (2023), indikator kualitas produk meliputi: 1) Kinerja; merupakan kemampuan produk untuk memenuhi fungsi atau kegunaannya dengan baik; 2) Tampilan; penampilan fisik produk, termasuk desain dan estetika; 3) Kesesuaian; sejauh mana produk sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen; 4) Daya tahan; kemampuan produk untuk bertahan atau bekerja dalam jangka waktu yang lama; 5) Keindahan; merupakan aspek estetika atau kecantikan dari produk; dan 6) Kualitas yang dipersepsikan; berkaitan dengan persepsi dari konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan *brand image*, reputasi merek, atau faktor psikologis lainnya.

Selain kualitas, harga juga memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Tasia *et al.*, 2022). Keputusan pembelian didasarkan pada persepsi konsumen terhadap harga dan harga aktual yang mereka pertimbangkan – bukan harga yang dinyatakan pemasar. Konsumen mungkin memiliki batas bawah harga yang, jika lebih rendah, menandakan kualitas buruk atau tidak dapat diterima, serta batas atas harga yang, jika lebih tinggi, dianggap terlalu mahal dan tidak sebanding dengan nilai uang yang dikeluarkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), ada empat indikator harga sebagai berikut: 1) Keterjangkauan harga; 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk; 3) Daya saing harga; dan 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

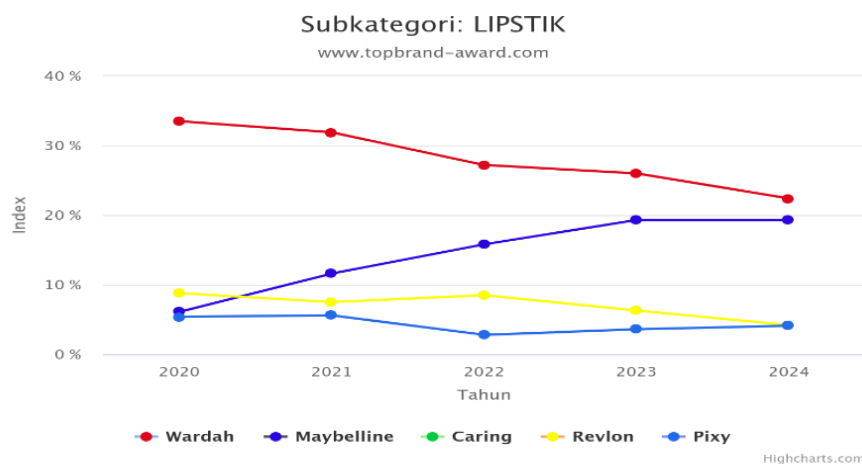


Dari banyaknya perusahaan yang aktif dalam industri kecantikan di pasaran, salah satunya adalah perusahaan kosmetik Wardah. Wardah didirikan pada tahun 1985 dengan nama awal PT. Pusaka Tradisi Ibu. Pada tahun 2011, perusahaan ini berganti nama menjadi PT. Paragon Teknologi and Innovation. Awalnya, perusahaan hanya fokus pada produksi produk perawatan rambut. Namun, seiring dengan perkembangannya, Wardah mulai memperluas lini produknya dan memasuki pasar kosmetik dengan merek Wardah.

Wardah menghadirkan kosmetik dengan formula inovatif yang aman, halal, dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk melalui basis manufaktur yang kuat. Dengan pendekatan ini, Wardah berhasil menciptakan rangkaian produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap sejak awal. Wardah berhasil menciptakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Sebagai pelopor kosmetik halal secara global, Wardah telah mendapatkan Penghargaan Internasional dari World Halal Council. Semua produk Wardah memiliki label halal, menandakan bahwa produk tersebut memiliki kualitas tinggi dan diformulasikan sesuai dengan prinsip halal. Pertumbuhan jumlah wanita yang beralih ke Wardah merupakan bukti keefektifan produknya. Dalam membantu wanita untuk tampil cantik sesuai dengan karakter masing-masing, Wardah selalu mengedepankan kualitas (Tasia et al., 2022). Oleh karena itu, pelanggan perlu mempertimbangkan baik kualitas maupun harga produk sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

Salah satu produk kosmetik yang mendapatkan perhatian khusus adalah lipstik, terutama produk lipstik cair seperti Wardah Glasting Liquid Lip. Produk ini menjadi populer karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti varian warna yang beragam dan daya tahan yang lama. Sebagai merek lokal yang telah diakui, Wardah berusaha untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan konsumennya. Produk ini menawarkan berbagai keunggulan seperti variasi warna yang beragam, tekstur yang nyaman di bibir, dan daya tahan yang lama.



Gambar 1. Grafik Penjualan Produk Lipstik PT. Paragon Technology and Innovation
Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan gambar 1, dapat dilihat bahwa produk lipstik Wardah dari tahun ke tahun mengalami penurunan, dibandingkan dengan merek lainnya yang sama-sama dimiliki oleh PT. Paragon Teknologi and Innovation. Untuk tetap mempertahankan dan

meningkatkan pangsa pasar, Wardah harus terus memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumennya.

Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah guna mendukung keberlangsungannya di pasar. Dalam konteks ini, peneliti berupaya untuk mengeksplorasi dampak harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Fokus penelitian ini adalah pada kosmetik dari merek Wardah sebagai subjek tunggal dalam penelitian ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glazing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura.

METODE

Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glazing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Populasi penelitian ini semua pelanggan yang membeli produk kosmetik Wardah di Guardian Mall Bassura, dimana jumlah pembeli ini tidak diketahui dengan pasti. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara sengaja (*purposive sampling*), yang merupakan metode pengambilan sampel dengan kriteria dan tujuan yang spesifik (Sugiyono, 2018). Kriteria yang ditetapkan adalah: konsumen Guardian Mall Bassura yang membeli kosmetik wardah, konsumen wanita dari berbagai kalangan yang melakukan pembelian produk wardah *glazing liquid lip*. Jumlah sampel minimum yang akan dijadikan responden, dihitung berdasarkan perhitungan *Lemeshow*. Berdasarkan hasil perhitungan *Lemeshow* diketahui bahwa jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 96, sehingga jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda dan sederhana,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Adapun hasil uji validitas terhadap kuesioner yang diisi dengan hasil sebagai berikut: Dari perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan dari 100 responden, instrumen harga dengan jumlah 8 butir pernyataan, kualitas produk dengan jumlah 12 butir pertanyaan, dan keputusan pembelian dengan jumlah 8 butir pertanyaan diperoleh hasil nilai r hitung lebih besar dari r kritis 0.300, dengan demikian semua butir pertanyaan hasilnya valid.

Hasil uji reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui derajat ketepatan dan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun di uji berkali-kali. Uji reliabilitas untuk mengetahui nilai *Cronbach's Alpha* dimana lebih besar dari 0,6 yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas dapat diterima. Berdasarkan tabel 1, angka reliabilitas *cronbach alpha* tersebut tampak bahwa seluruh pernyataan yang ada membentuk ukuran yang reliabel, yaitu harga,



kualitas produk, dan keputusan pembelian membentuk ukuran yang reliabel dari masing-masing variabel

Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai kritis (α) = 5%	Keterangan
Harga	0.766	0.600	Reliabel
Kualitas produk	0.888	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.845	0.600	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Analisis regresi linier berganda

Tabel 2: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan Guardian Mall Bassura

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Harga	0,819	0,671	4,628	0,121	0,042	0,05
Kualitas Produk				0,529	0,001	

Pengujian Signifikan

F hitung > F tabel = 99,115 > 3,090

Keterangan: Variabel Keputusan_Pembelian

Sumber: data primer diolah 2025

$$Y = 4,628 + 0,121.X_1 + 0,529.X_2$$

Berdasarkan tabel 2, nilai F hitung sebesar 99,115 lebih besar dari F tabel 3,090, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.671, artinya harga dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 67,1% kepada keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura, sedangkan sisanya sebesar 32,9% disumbangkan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 95% terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Koefisien regresi harga sebesar 0,121, artinya jika ada peningkatan harga satu kali, maka keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura akan lebih baik, yaitu sebesar 0,121 kali atau sebaliknya dengan asumsi kualitas produk tidak berubah. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,529, artinya jika ada peningkatan kualitas produk satu kali, maka keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura akan lebih baik, yaitu sebesar 0,529 kali atau sebaliknya, dengan asumsi harga tidak berubah.



Analisis regresi linier sederhana

Tabel 3: Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan Guardian Mall Bassura

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Harga	0,587	0,344	18,201	0,635	0,000	0,05
Pengujian Signifikan						
t hitung > t tabel = 7,175 > 1,984						
Sumber: data primer diolah 2025						

$$\text{Persamaan Regresi } Y = 18,201 + 0,635 (X_1)$$

Berdasarkan tabel 3, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.344, artinya harga memberikan kontribusi sebesar 34,4% kepada keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura, sedangkan sisanya sebesar 65,6% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Koefisien regresi harga sebesar 0,635, artinya jika ada peningkatan harga satu kali, maka keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura akan lebih baik, yaitu sebesar 0,635 kali atau sebaliknya.

Tabel 4: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan Guardian Mall Bassura

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Kualitas Produk	0,815	0,664	6,802	0,580	0,000	0,05
Pengujian Signifikan						
t hitung > t tabel = 13,917 > 1,984						
Sumber: data primer diolah 2025						

$$\text{Persamaan Regresi } Y = 6,802 + 0,580 (X_2)$$

Berdasarkan tabel 4, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.664, artinya kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 66,4% kepada keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura, sedangkan sisanya sebesar 33,6% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,580, artinya jika ada peningkatan kualitas produk satu kali, maka keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan Guardian Mall Bassura akan lebih baik, yaitu sebesar 0,580 kali atau sebaliknya.



Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan di Guardian Mall Bassura

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk dapat memperbaiki keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari dan Afriyeni (2023), Osiska *et al.* (2023) dan Tambun *et, al* (2023), yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk dapat memperbaiki keputusan pembelian.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan di Guardian Mall Bassura

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dapat memperbaiki keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura. Hal ini dikarenakan produk Wardah *Glasing Liquid Lip* harganya terjangkau, pelanggan percaya kualitas produk Wardah *Glasing Liquid Lip* sepadan dengan harganya, harga produk Wardah *Glasing Liquid Lip* sesuai dengan kualitas yang diberikan, Harga produk Wardah *Glasing Liquid Lip* bersaing dengan produk sejenis yang kualitasnya hampir sama, pelanggan mempertimbangkan harga yang lebih rendah dari produk Wardah *Glasing Liquid Lip* spesifikasi produk Wardah *Glasing Liquid Lip* sesuai dengan harga yang ditawarkan, harga produk Wardah *Glasing Liquid Lip* sesuai dengan manfaat, dan pelanggan akan merekomendasikan Wardah *Glasing* berdasarkan kesesuaian harga dan manfaatnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Leonandri, *et.al* (2021), Asti, *et.al* (2022) dan Sihombing *et.al* (2023), yang menyatakan bahwa harga dapat menentukan keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Pelanggan di Guardian Mall Bassura

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mendukung perbaikan keputusan pembelian produk Wardah *Glasing Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura. Hal ini dikarenakan produk Wardah *Glasing Liquid Lip* Tahan lama dan awet, pelanggan puas dengan produk Wardah *Glasing Liquid lip*, hasil halus dan gloss mewah yang menutupi bibir hitam dan menghaluskan garis bibir glass lip, variasi warna produk Wardah, *Glasing* membuat cocok untuk dipakai diberbagai kegiatan, Wardah *Glasing Liquid Lip* memiliki variasi warna, tekstur produk Wardah *Glasing Liquid Lip* nyaman digunakan, produk Wardah *Glasing Liquid Lip* memberikan hasil yang tahan lama sepanjang hari, produk Wardah *Glasing Liquid Lip* memiliki daya tahan lama setelah makan atau minum, aplikator produk Wardah *Glasing Liquid Lip* yang mudah untuk diaplikasikan, produk Wardah *Glasing Liquid Lip* memberikan daya tahan yang lama tanpa perlu sering di reapply, formula yang inovatif yang membuat bibir terasa nyaman, ringan, tidak lengket, dan menghidrasi bibir, dan produk Wardah *Glasing Liquid Lip* memberikan efek mencegah transfer sepanjang hari. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Claudy dan Dharmawan (2021), Tjahjono *et, al* (2021) dan Chaerrudin dan Afriapoll (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk dapat mendukung peningkatan keputusan pembelian.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Harga dan kualitas produk dapat mendukung peningkatan keputusan pembelian produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura; 2) Harga dapat menentukan perbaikan keputusan pembelian produk Wardah *Glasting Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura; dan 3) Kualitas produk dapat mendukung perbaikan keputusan pembelian Wardah *Glasting Liquid Lip* pelanggan di Guardian Mall Bassura.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: 1) penetapan harga yang kompetitif. Perusahaan sebaiknya terus memantau dan menyesuaikan harga Wardah *Glasting Liquid Lip* agar tetap kompetitif di pasaran. Harga yang terjangkau namun tetap mencerminkan nilai produk dapat meningkatkan daya tarik produk di mata pelanggan; 2) Peningkatan kualitas produk. Upaya terus menerus untuk meningkatkan kualitas produk harus dilakukan. Kualitas yang konsisten dan memenuhi harapan pelanggan dapat memperbaiki kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk; 3) Promosi yang efektif. Penggunaan strategi promosi yang tepat, seperti program diskon atau bundling dengan produk lain, dapat meningkatkan daya tarik produk di mata pelanggan. Promosi yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran dan preferensi konsumen terhadap produk Wardah *Glasting Liquid Lip*; 4) Pelatihan dan peningkatan keterampilan penjualan. Memastikan bahwa tim penjualan di Guardian Mall Bassura memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk, termasuk manfaat, bahan, dan cara penggunaannya. Ini akan membantu pelanggan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan dan memperbaiki keputusan pembelian; dan 5) Monitoring dan analisis pasar. Perusahaan perlu terus melakukan monitoring terhadap perubahan tren pasar dan perilaku pelanggan. Analisis mendalam terhadap umpan balik (*feedback*) pelanggan dan data penjualan dapat memberikan wawasan berharga untuk memperbaiki strategi pemasaran dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Asti, Dewi Widhy, Hasbiah, Siti, dan Haeruddin, Ilham Wardhana. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Product Purchasing Decisions at Pt Intan Pariwara. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 1(2), 238–258. <https://doi.org/10.58526/jsret.v1i2.32>

Chaerudin, Satria Mulia, dan Syafarudin, Afriapoll. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>.

Claudy, Clara Putri., dan Dharmawan, Donny. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PRODUK PT . SAYAP MAS UTAMA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v9i2.576>

Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA:*



Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(2), 1167–1177.

Kotler, Philips dan Amstrong, Gery. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.

Kotler, Philips. dan Keller, Kelly. Lane. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. Terjemahan: *Firmansyah, MA Pasuruan*: CV. Penerbit Qiara Media.

Leonandri, Dino Gustaf., Harahap, Zulkifli dan Fitriana, Rina. (2021). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decision for Brown Sugar Boba Fresh Milk. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 338-344. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v11i2.100>

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empa

Osiska, D., Leonitha, R., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2023(4), 107–115.

Puspitasari, F. W. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 110–127. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.789>

Sari, Sindi Gufina dan Afriyeni. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 1(2), 22–40. <https://doi.org/10.59603/cuan.v1i2.10>

Siombing, Linda Agusniar., Suharno., Kuleh dan Hidayati, Tetra. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*. Vol. 2 No. 1, March 2023, pp. 44-60.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tambun, C., Moniharapon, S., dan Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 231–243. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49660>

Tasia, A. A., Sulistyandari, dan Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74–85.

Tjahjono, Ernesto Jose., Ellitan, Lena dan Handayani, Yuliasti Ika. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*. Vol. 2 No. 1. 56-70.

