

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk *Blush On* Wardah di Kota Cimahi**

**Elma Annisa Zahra, Dian Lestari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi

Jl. Terusan Jend.Sudirman, Cibeber, Kec Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40531

Correspondence: elmaannisa\_20p331@mn.unjani.ac.id, dian.lestari@lecture.unjani.ac.id

### **ABSTRAK**

Tujuan dari studi di sini adalah menguji dampak antara kualitas produk serta harga terhadap keinginan untuk membeli ulang produk *blush on* Wardah di kota Cimahi. Studi ini menerapkan kuesioner dalam teknik penelitiannya dan melibatkan 90 orang yang pernah menggunakan produk *blush on* Wardah di Cimahi. *Purposive sampling* adalah pendekatan *nonprobability sampling*. Uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi tradisional dan regresi berganda, digunakan dalam analisis. Masing-masing dari tiga hipotesis penelitian yang diajukan didukung oleh bukti empiris. Sebagai hasil dari peningkatan kualitas kualitas objek yang dinilai dan membantu pihak-pihak yang dinilai dalam pertumbuhan bisnis mereka, penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi berharga untuk penelitian yang sebanding di masa depan serta pihak-pihak yang dinilai.

**Kata kunci** : Kualitas Produk; Harga; Minat Beli Ulang

### **ABSTRACT**

*This study tries to investigate the influence between product quality and price on the desire to repurchase Wardah blush products in Cimahi city. This study applied a questionnaire in its research technique and involved 90 people who had used Wardah blush products in Cimahi. Purposive sampling is a nonprobability sampling approach. Validity and reliability tests, as well as traditional assumption tests and multiple regression, were used in the analysis. Each of the three research hypotheses proposed was supported by empirical evidence. As an outcome of increasing quality of the assessed object's quality and assisting the assessed parties in their business growth, this study is meant to be useful to future comparable studies and the assessed parties.*

**Keywords** : *Product Quality; Price; Repurchase Intention*

### **PENDAHULUAN**

Industri kosmetik menjadi sebuah sektor industri yang memiliki potensi pertumbuhan berkelanjutan di Indonesia. Berbagai produk kosmetik dengan berabagai merek dari produsen ditawarkan kepada para konsumen (Kasmiri & Setiany, 2020). Seiring dengan meningkatnya keinginan wanita untuk mempercantik diri, kosmetik menjadi sangat populer dan mendorong perkembangan pesat dalam industri kecantikan. Industri kosmetik, yang mencakup sektor farmasi, kimia, dan obat tradisional, mencatatkan peningkatan sebesar 9,61% (BPS, 2021). Badan Pengawas Obat dan Makanan melaporkan adanya peningkatan jumlah perusahaan kosmetik hingga 20,6% sepanjang tahun 2021 sampai akhir tahun 2022 (Hanna Syahidah, 2023). Kosmetik merupakan produk yang digunakan untuk membuat tubuh manusia terlihat cantik serta mengubah penampilan. Setiap wanita tentu memiliki keinginan yang serupa, yaitu ingin tampil cantik dan menarik untuk dipandang, oleh karena itu wanita akan senantiasa menjaga dan merawat tubuhnya, salah satunya dengan menggunakan kosmetik. Saat ini kosmetik yang sering dipakai oleh wanita salah satunya yaitu *blush on*. *Blush on* merupakan jenis produk kecantikan yang hadir dalam banyak pilihan warna yang digunakan untuk menambah warna pada pipi dan meningkatkan penampilan riasan wajah (Iskandar et al., 2022). Wardah adalah salah satu merek yang banyak dikenal di Indonesia. Masyarakat sudah mengenal Wardah sebagai salah satu produk kecantikan, dan banyak kalangan juga yang menggunakan produk Wardah (Nastiti et al., 2020). Manfaat dari *blush on* Wardah adalah dapat membantu membuat wajah tampak lebih cerah agar wajah terlihat lebih merona, bahkan efek ini dicapai bahkan ketika tidak ada riasan mata lain yang digunakan. Saat ini Wardah memiliki varian *blush on* yang semakin beragam. Mulai dari yang bentuknya *cream*, *powder*, hingga berbentuk *stick*. *Blush on* Wardah memiliki beberapa varian warna diantaranya yaitu *pink*, *dusty pink*, *peach*, *nude* dan

cokelat. Selain itu, blush on Wardah mengandung bahan yang aman dan halal. Berdasarkan keunggulan-keunggulan tersebut, tingkat popularitas pasarnya yang tinggi, *blush on Wardah* dari tahun ke tahun menduduki peringkat Top Brand Index (TBI) Indonesia. Hanya saja *blush on Wardah* mengamali penurunan angka TBI, pada periode 2022 blush on Wardah memiliki pertumbuhan sebesar 26,6% dan pada periode 2023 mengalami pertumbuhan sebesar 14,2% dengan ini terlihat bahwa *blush on Wardah* mengalami penurunan sebesar 12,4%. Dengan adanya penurunan angka index TBI pada produk *blush on Wardah* ini mengindikasikan adanya penurunan tingkat penjualan, dimana salah satunya dapat disebabkan karena minat beli ulang yang rendah. Top Brand Index adalah survei yang menggunakan *mind share*, *market share* dan *commitment share* sebagai tiga indikatornya. Masalah pada penelitian ini berkaitan dengan *commitment share*, menunjukkan kemampuan bisnis untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berulang. *Top of mind*, *last usage*, dan *future intentions* menjadi kriteria untuk mengukur Top Brand Index. Berdasarkan pada parameter di atas penelitian ini terkait dengan *future intentions* yang menunjukkan minat masyarakat untuk membeli kembali suatu produk dari sebuah merek di waktu mendatang. Ini berarti bahwa adanya peningkatan angka Top Brand Index menggambarkan bertambahnya popularitas dan adanya peningkatan penilaian positif masyarakat terhadap suatu merek. Adanya penurunan angka Top Brand Index menggambarkan terjadinya menurunnya popularitas suatu merek di kalangan konsumen, berkurangnya jumlah pembeli serta adanya penurunan membeli kembali produk tersebut.

Niat membeli kembali mengacu pada dorongan untuk membeli kembali sesuatu berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. Keinginan untuk membeli kembali pada dasarnya adalah perilaku konsumen yang menunjukkan kepuasan terhadap produk dari perusahaan dan niat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut lagi di masa depan (Eliza & Mulya, 2021). Konsumen lebih cenderung melakukan pembelian ulang ketika mereka percaya bahwa kualitas dan harga produk telah sesuai dengan ekspektasi mereka, oleh karena itulah mereka berniat untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. (Bagus et al., 2021). Minat beli ulang suatu produk muncul ketika kualitas produk yang digunakan memuaskan dan memberikan kepuasan kepada konsumen (Firdausi & Agustiono, 2022). Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk menghasilkan hasil yang sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi ekspektasi (Kotler & Keller 2016). Selain itu, ketika perusahaan memasok barang berbiaya rendah yang memenuhi permintaan pelanggan mereka, mereka lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang. (Yosua & Sinambela, 2019). Menurut Kotler & Armstrong (2016) mengatakan Harga suatu produk atau layanan mengacu pada jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau pelayanan, ataupun nilai yang diberikan sebagai imbalan atas manfaat dan hak untuk memiliki atau menggunakannya. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulannya mengenai Kesimpulan mengenai pentingnya minat beli ulang dalam menjaga kelangsungan usaha dalam menghadapi persaingan yang ketat. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan upaya pemasaran yang lebih baik, selain itu dapat menjadi masukan kepada pihak perusahaan terkait pentingnya menjaga kualitas produk dan menetapkan harga produk yang sesuai.

## **METODE**

Metode survey menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online sebagai bagian dari metode survei pendekatan penelitian kuantitatif. Strategi pemilihan sampel yang diterapkan pada studi ini yaitu dengan purposive sampling dan sampelnya meliputi wanita yang telah berusia setidaknya 17 tahun dan telah menggunakan *blush on Wardah* setidaknya satu kali dalam enam bulan terakhir. Kemudian kuesioner dibagikan kepada 90 orang pengguna *blush on Wardah* di kota Cimahi. Untuk memfasilitasi tanggapan langsung dan cepat bagi para peneliti, data dikumpulkan melalui kuesioner online yang dikelola melalui *google form*. Alternatif tanggapan masing-masing responden selanjutnya akan dikuantifikasi dengan menggunakan skala Likert tergantung pada setiap indikasi yang diukur. Dengan jumlah sampel minimal 30, maka instrumen penelitian dalam kuesioner akan diperiksa validitas dan reliabilitasnya. Jika ditemukan kedua-duanya, maka penyebaran kuesioner dan analisis dapat dilanjutkan. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi-asumsi uji heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan normalitas. Metode pengolahan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi berganda.

## HASIL

### Uji Validitas dan Realibilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

NO	Pernyataan	Hasil Uji Validitas	Hasil Uji Realibilitas
		R hitung (Person correlation)	Cronbach's alpha
<b>Kualitas Produk (X1)</b>			
1	Blush on Wardah yang saya gunakan memiliki desain kemasan produk yang menarik	0,658	0,702
2	Blush on Wardah yang saya gunakan memiliki kemasan yang praktis agar mudah dibawa	0,514	
3	Blush on Wardah yang saya gunakan mampu menempel di pipi lebih cepat	0,710	
4	Blush on Wardah yang saya gunakan mampu memberikan tampilan efek segar pada wajah	0,613	
5	Blush on Wardah yang saya gunakan memiliki warna yang cocok dengan warna kulit saya	0,732	
6	Blush on Wardah yang saya gunakan memiliki kandungan yang aman	0,618	
<b>Harga (X2)</b>			
1	Menurut saya harga blush on Wardah sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan	0,689	0,660
2	Menurut saya harga blush on Wardah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	0,731	
3	Menurut saya, harga blush on Wardah bisa bersaing dengan produk sejenis lainnya	0,736	
4	Menurut saya harga blush on Wardah terjangkau	0,676	
<b>Minat Beli Ulang</b>			
1	Saya akan membeli Kembali blush on Wardah di masa mendatang	0,625	0,738
2	Saya akan menyarankan blush on Wardah untuk orang lain.	0,688	
3	Saya akan menjadikan blush on Wardah sebagai opsi utama	0,883	
4	Saya akan menggunakan blush on Wardah secara berkelanjutan	0,791	

Sumber :Hasil diolah peneliti SPSS 25

Tabel 1 menampilkan temuan uji validitas, yang mengungkapkan setiap item pernyataan dalam kuesioner adalah valid dikarenakan nilai r hitung sebesar 0,3610 yang lebih besar dari nilai r tabel. Selanjutnya, pengujian reliabilitas membuktikan bahwa keseluruhan variabel penelitian dapat dipercaya, terlihat dari nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,60.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	0,099	Berdistribusi Normal

Tabel 2 menunjukkan model regresi pertama dari asumsi klasik menghasilkan nilai Sig 0,099 > 0,05. Sehingga nilai pada data tertera berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,794	1,260
Harga (X2)	0,794	1,260

Tabel 3 menunjukkan bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi ketertarikan untuk membeli kembali. Tidak ada multikolinearitas karena persamaan tersebut memiliki VIF < 10 dan melampaui ambang batas toleransi setiap model regresi > 0,10.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,127	1,006		1,120	,266
	Kualitas Produk	-,004	,040	-,012	-,099	,921
	Harga	-,012	,047	-,031	-,254	,800

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 4 memperlihatkan yaitu dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena setiap variabel dalam persamaan pertama memiliki kriteria lebih besar dari pada signifikansi 0.05. kualitas produk dengan signifikansinya 0.921 dan harga dengan signifikansinya 0.800.

### Uji Regresi Berganda

**Tabel 5.** Hasil Regresi berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.366	1.085		.337	.737
	Kualitas Produk	1.540	.114	1.829	13.479	.000
	Harga	1.347	.160	1.144	8.429	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil diolah peneliti SPSS 25

Diketahui hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut berdasarkan tabel yang dihasilkan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0.366 + 1.540X_1 + 1.347X_2$$

Berdasarkan tabel 5 persamaan regresi, diperoleh nilai konstanta senilai 0,366 yang menunjukkan bahwa variabel minat pembelian kembali akan bernilai 0,366 satuan jika semua variabel lainnya bernilai nol. Koefisien (B) sebesar 1,540 menunjukkan adanya hubungan yang bersifat positif yang signifikan terhadap minat pembelian kembali, terlihat dari nilai t hitung untuk kualitas produk sebesar 13,479 yang mana lebih besar dari t tabel sebesar 1,66256 serta memiliki nilai yang cukup signifikan sebesar 0,000 yang mana nilainya lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 8,429 lebih besar dari t tabel sebesar 1,66256, dan memiliki nilai yang cukup signifikan yaitu sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa hubungan antara harga dengan minat pembelian kembali juga positif serta signifikan, dengan nilai koefisien (B) sebesar 1,347.

### Uji F Simultan

**Tabel 6.** Hasil Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.997	2	177.498	149.598	.000 <sup>b</sup>
	Residual	103.225	87	1.186		
	Total	458.222	89			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang  
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Diolah peneliti SPSS 25

Temuan dari uji F memperlihatkan bahwa suatu kualitas produk beserta harganya berpengaruh kepada ketertarikan untuk membeli produk berulang secara simultan, dengan nilai signifikansinya adalah  $0.000 < 0.05$  untuk variabel berkualitas suatu produk dan harga atas ketertarikan untuk membeli produk berulang, serta  $f$  hitung ( $149.598$ )  $>$   $f$  tabel ( $3.10$ ).

### Uji Hipotesis

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis

HIPOTESIS	HUBUNGN ANTA R VARIABEL	T HITUNG	SIG.	INTERPRETASI HIPOTESIS
H1	KUALITAS PRODUK → MINAT BELI ULANG	13.479	0.000	H <sub>0</sub> berhasil ditolak Hipotesis (H <sub>A</sub> ) didukung oleh data empiris
H2	HARGA → MINAT BELI ULANG	8.429	0.000	H <sub>0</sub> berhasil ditolak Hipotesis (H <sub>A</sub> ) didukung oleh data empiris

Sumber: Hasil diolah peneliti SPSS 25

Keterangan kriteria penolakan H<sub>0</sub> :

1. Kriteria untuk menolak H<sub>0</sub>  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau apabila nilai signifikansi  $<$   $0,05$
2. Nilai  $t$  tabel  $1.66256$

**Tabel 8.** Hasil Uji Hipotesis

HIPOTESIS	HUBUNGAN ANTA R VARIABEL	F HITUNG	SIG.	INTERPRETASI HIPOTESIS
H3	KUALITAS PRODUK DAN HARGA → MINAT BELI ULANG	149.598	0.000	H <sub>0</sub> berhasil ditolak
Keterangan: F-tabel = 3,10 Sig 0,05 *didukung oleh data empiris				

Sumber: Hasil Diolah peneliti SPSS 25

Dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> secara efektif ditolak. Hal ini berarti bahwa karakteristik kualitas suatu produk mempunyai berpengaruh positif serta signifikan pada keinginan untuk membeli ulang. Hal ini selaras pada penelitian Putri Septi (2023) yang dimana ditemukan bahwa terdapat adanya pengaruh yang positif serta signifikan dari faktor kualitas produk terhadap keinginan membeli kembali.

Selanjutnya, uji hipotesis kedua dengan tepat menolak H<sub>0</sub>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan niat pembelian kembali adalah positif serta signifikan. Hal ini selaras terhadap hasil penelitian Firdausi & Agustiono (2022) yang mengungkapkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian kembali.

Hasilnya hipotesis ketiga memperlihatkan hasil bahwa H<sub>0</sub> berhasil ditolak, dan kualitas produk dan harga mempengaruhi niat beli ulang secara simultan. Kesimpulan ini sejalan dengan temuan Tsaniya & Telagawathi (2022) juga menemukan pengaruh yang cukup signifikan berkaitan dengan kualitas produk dan harga.

### SIMPULAN

Badan Pusat Statistik melaporkan kenaikan 9,61% di sektor industri kosmetik berdasarkan data yang diterima (BPS, 2021). Selain itu, menurut BPOM, jumlah perusahaan kosmetik meningkat 20,6% antara tahun 2021 dan akhir 2022 (Hanna Syahidah, 2023). Namun, diketahui pertumbuhan *blush on Wardah* turun 12,4% pada tahun 2022-2023 berdasarkan statistik Top Brand Index. Hal ini menunjukkan adanya penurunan penjualan, yang antara lain disebabkan oleh rendahnya minat pembelian kembali dalam penelitian tersebut. Temuan ini melibatkan 90 konsumen *blush on Wardah* yang telah berusia setidaknya 17 tahun dan telah menggunakan *blush on Wardah* setidaknya satu kali dalam enam bulan terakhir di kota Cimahi dijadikan sebagai sampel penelitian ini.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai temuan-temuan dari pengujian hipotesis penelitian.:

1. Kualitas dari produk memberikan pengaruh positif terhadap ketertarikan membeli kembali
2. Harga juga memberikan pengaruh dan signifikan terhadap ketertarikan membeli kembali
3. Secara bersamaan, kualitas produk dan harga mempengaruhi ketertarikan membeli kembali.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain hanya berfokus pada hanya satu variabel dependen serta dua variabel independen. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan atau menggunakan beberapa variabel lainnya yang tidak diteliti dalam studi ini untuk mengidentifikasi terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi minat pembelian ulang *blush on Wardah*. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mencakup respon dari partisipan yang berusia minimal 17 tahun di Kota Cimahi. Peneliti selanjutnya mungkin dapat menargetkan kelompok usia yang lebih spesifik dan memperluas cakupan geografis penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, A., Ratna, N., & Imam, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55/44>
- Eliza, & Mulya, J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Pantene. *Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi*, 6(2), 80–88. <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie>
- Firdausi, F., & Agustiono, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Syahi Haleeb. *Performa*, 6(5), 465–473. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2204>
- Hanna Syahidah. (2023). *Bagaimana Laju Industri Kecantikan Saat ini?* Retrieved from Lodi.id: <https://lodi.id/2023/07/06/bagaimana-laju-industri-kecantikan-saat-ini/>
- Iskandar, B., dkk. (2022). Formulasi sediaan blush on bentuk stick menggunakan ekstrak kulit manggis (*Garcinia mangostana L*) sebagai pewarna alami. *Majalah Farmasetika*, 7(3), 216. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v7i3.38357>
- Kasmiri, K., & Setiany, D. T. (2020). Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Universitas Suryakencana Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i1.9615>
- Nastiti, Y. D., Qomariyah, E., & Sahrin, S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal Wardah (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis FISIP UHO). *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12411>
- Putri Septi, S., & Nurtjahjadi, E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Hand and Body Lotion Marina di Kota Bandung*. 4(3), 173–183. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i3.1935>
- Sekaran & Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Top Brand Index. (2022-2023). Retrieved from Top Brand Index: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Yosua, R., & Sinambela, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 231–240.