

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk, Variasi Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang *Lip Matte* Merek Caroline” yang diwakilkan oleh 101 responden, dapat disimpulkan yang dapat ditarik oleh penulis yaitu :

1. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk *Lip Matte* Merek Caroline di PT Universal Herba Teknologi dalam variabel kualitas produk seperti tingkat keawetan warna, tingkat ketahanan warna, tingkat kesesuaian kualitas produk pada harga, tingkat kemasan produk melindungi dengan baik, tingkat kenyamanan dalam kegunaan dan tingkat karakteristik belum memiliki persepsi positif di benak responden. Berdasarkan hasil dari penelitian, responden mengatakan bahwa warna dari Caroline *Lip Matte* tidak awet saat diaplikasikan di bibir, kualitas yang diberikan oleh Caroline *Lip Matte* tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan, kemasan pada produk kurang efektif dalam melindungi isinya karena sering mengalami kebocoran, saat dipakai Caroline *Lip Matte* terasa kaku dan berat di bibir sehingga membuat konsumen tidak merasa nyaman ketika memakai produk *Lip Matte*, responden mengalami sensasi berat di bibir yang mengakibatkan kekeringan serta pecah-pecah pada bibir sehingga memberikan tampilan yang tidak sehat pada bibir dan responden mengatakan tidak adanya keunikan yang istimewa dari produk tersebut. Namun pada dimensi ini tidak dapat dikatakan sangat buruk karena masih ada responden yang merasa netral pada kualitas produk yang dimiliki Caroline *Lip Matte*.
2. Persepsi konsumen terhadap variasi produk *Lip Matte* Merek Caroline di PT Universal Herba Teknologi dalam variabel variasi produk seperti tingkat variasi warna Lip Matte Caroline dan tingkat kemenarikan desain produk *Caroline Lip Matte* belum memiliki persepsi positif di benak responden. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa sebagian besar responden mengatakan kekurangan dalam variasi warna sehingga tidak dapat digunakan untuk berbagai jenis skin tone yang berbeda, konsumen tidak memiliki pilihan warna yang sesuai dengan preferensi mereka, kemasan produk yang tidak menarik perhatian yang dimana banyak konsumen cenderung memperhatikan tampilan visual yang menjadi daya

tarik utama dalam suatu produk. Namun pada dimensi ini tidak dapat dikatakan sangat buruk karena masih ada responden yang merasa netral pada variasi produk yang dimiliki *Caroline Lip Matte*.

3. Persepsi konsumen terhadap harga produk *Lip Matte* Merek *Caroline* di PT Universal Herba Teknologi dalam variabel variasi produk seperti tingkat keterjangkauan harga dan tingkat kesesuaian harga pada kualitas produk belum memiliki persepsi positif di benak responden. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa sebagian besar responden mengatakan produk tersebut terlalu mahal yang dimana mengingat bahwa produk tersebut tidak memiliki keunggulan yang istimewa.
4. Niat beli ulang konsumen terhadap *Caroline Lip Matte* cukup rendah, baik dalam membeli kembali, untuk mereferensikan produk kepada orang lain dan untuk merekomendasi produk *Caroline Lip Matte*. Menurut responden terdapat banyak produk lain yang memiliki warna yang lebih banyak, kualitas yang lebih baik dan harga yang tidak jauh berbeda namun memberikan kualitas produk yang lebih baik dibandingkan *Caroline Lip Matte*.
5. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan variabel variasi produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel niat beli ulang (Y), dan variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh secara signifikan dan positif. Namun untuk variabel harga (X3) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel niat beli ulang (Y). Berdasarkan jurnal yang dibuat oleh Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016) mendapatkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang, karena sebelum seorang konsumen memutuskan untuk membeli ulang suatu barang, maka ia harus merasa puas hal ini dibuktikan dari jurnal tersebut bahwa variabel harga harus di iringi dengan variabel kepuasan konsumen sebagai (variabel antara) agar berpengaruh pada niat beli ulang dan juga dapat dikatakan bahwa hal ini dikarenakan konsumen merasa bahwa harga *Caroline Lip Matte* tidak menjadi alasan utama yang membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Maka dari itu, model persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut :

$$Y = -0.295 + 0.172 X1 + 0.450 X2 - 0.042 X3 + e$$

Dengan interpretasi bahwa perubahan niat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi pada kualitas produk (X1) sebesar 0,172, persepsi pada variasi produk (X2) sebesar 0,450 dan persepsi pada harga (X3) sebesar - 0,042. sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang dapat mendukung PT Universal Herba Teknologi dalam atribut produk guna meningkatkan niat beli ulang dari konsumen. Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, responden memiliki persepsi yang negatif terhadap kualitas produk dari PT Universal Herba Teknologi. Hal ini dikarenakan rendahnya tingkat keawetan warna pada bibir, rendahnya tingkat ketahanan warna, rendahnya tingkat kesesuaian kualitas produk pada harga, rendahnya tingkat kemasan produk melindungi dengan baik, dan rendahnya tingkat kenyamanan dalam kegunaan dan tingkat karakteristik. Dengan begitu PT Universal Herba Teknologi perlu memperbaiki kinerjanya untuk memuaskan keinginan konsumen dengan memperbaiki, mengembangkan formula *transferproof* dengan maksud untuk dirancang khusus untuk mempertahankan warna yang lebih lama saat makan dan minum, memperhatikan kemasan produk agar dapat mengatasi masalah kebocoran, melakukan perbaikan pada tekstur *Lip Matte* dan juga perlu mempertahankan komposisi bahan yang digunakan dan melakukan pengembangan pada desain produk dengan tujuan untuk menciptakan ciri khas yang dapat dikenali oleh konsumen. Membahas tentang formula, konsumen pada umumnya lebih tertarik pada produk *lip matte* yang menggunakan bahan alami sehingga tidak merusak permukaan bibir.
2. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, responden memiliki persepsi yang negatif terhadap variasi produk dari PT Universal Herba Teknologi. Hal ini dikarenakan rendahnya tingkat variasi warna *Lip Matte* Caroline dan tingkat kemenarikan desain produk Caroline

*Lip Matte*. Dengan begitu PT Universal Herba Teknologi perlu mengambil langkah seperti menambah variasi warna sehingga dapat memilih warna yang diinginkan yang sesuai dengan *skin tone* mereka, dengan warna yang lebih cerah umumnya lebih menarik bagi konsumen muda namun untuk warna yang netral dan elegan umumnya lebih diminati oleh konsumen yang lebih tua, keterkaitan dengan tren, konsumen pun mengikuti perkembangan mode yang dimana lebih tertarik pada produk *lip matte* dengan warna-warna terbaru, serta perlu memperbaiki desain kemasan produk agar lebih menarik dan memikat perhatian konsumen agar dapat menjadi nilai tambah bagi produk.

3. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, responden memiliki persepsi yang negatif terhadap harga dari PT Universal Herba Teknologi. Hal ini dikarenakan tingkat keterjangkauan harga dan tingkat kesesuaian harga pada kualitas produk. Dengan begitu PT Universal Herba Teknologi perlu mengambil langkah mempertimbangkan kembali harga produk agar sesuai dengan nilai dan keunggulan yang diberikan agar dapat bersaing secara kompetitif di pasaran. Dilihat dari geografis harga produk *lip matte* di suatu wilayah dapat bervariasi berdasarkan tingkat ekonominya, biasanya beberapa merek menyesuaikan harga mereka untuk memenuhi kriteria di pasar tertentu. Walaupun di model persamaan regresi yang didapatkan harga tidak memiliki pengaruh terhadap variabel niat beli ulang, akan lebih baik jika mengambil langkah dalam mempertimbangkan kembali harga produk *Caroline Lip Matte*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adminlina (2020, February 21). "Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik". Pelaku Bisnis;pelakubisnis.com <https://pelakubisnis.com/2020/02/indonesia-pasar-potensial-produk-kosmetik/> Diakses pada tanggal 23 Oktober 2022
- Damayanti, I., & Suhartono, S. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT DION FARMA ABADI (NATASHA SKIN CLINIC CENTER)* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Enjela, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Oriflame Cabang Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Fibriyanti, N. A. (2021). Niat beli ulang mahasiswa terhadap kopi berkonsep coffee-to-go shop. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(2), 185-196.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. (2019). Persaingan Semakin Ketat, Produsen Kosmetik Gencar Inovasi Produk. Industri Kontan;industrikontan.com <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-semakin-ketat-produsen-kosmetik-gencar-inovasi-produk> Diakses pada tanggal 09 Desember 2022.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e). London: Pearson Education.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e). Pearson Education

- Kojongian, A. S., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou. id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157-161.
- Mayangsari, P. D. (2016). Pengaruh citra merek dan kualitas produk serta harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas JEMBER.
- Nababan, R. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan produk fashion melalui toko online di surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.
- Sukirman, & Arwani, M. (2021). Increasing Product Selling Value Through Product Variations, Brand Image and Promotion. *International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 8(09), 6553–6561. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v8i09.04>
- Scale, T., & Setyadi, B. (n.d.). Research Method. <http://eprints.binadarma.ac.id/6163/1/Metlit%2009%20Guttman%20Scale.pdf>  
Diakses pada tanggal 08 Juni 2023..
- Sumiati, S., & Mujannah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1-10. <http://amareview.fekon.unand.ac.id/index.php/amar/article/view/21/17>

- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163-175.  
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/331/275>
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.
- Salmiah, S. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK PURBASARI DI FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Rachmawati, D. (2021). Peranan Kepuasan sebagai Mediasi dalam Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lipstik Sariayu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 129-139.
- Susanti, T., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1157-1167.
- Yenissa, A. A. F. (2017). *PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG (Studi Pada Pengguna Produk Kosmetik Wardah)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Nabila Prameswari mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dari Fakultas Ekonomi Studi Manajemen. Sehubung sedang melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Variasi Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Lip Matte Merek Caroline Di PT Universal Herba Teknologi**”. Maka dari itu, Saya memohon untuk ketersediaannya membantu mengisi kuisisioner dibawah ini. Setiap jawaban yang anda berikan sangat berarti dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas partisipasi dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

#### I. Profil Responden

1. Jenis kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia
  - a. 21 – 25 Tahun
  - b. 26 – 30 Tahun
  - c. 31 – 35 Tahun
  - d. 35 – 40 Tahun
  - e. > 40 Tahun
3. Pekerjaan
  - a. Mahasiswa
  - b. Karyawan
  - c. Wiraswasta
  - d. Ibu Rumah Tangga
4. Penghasilan / uang saku per-bulan
  - a. < Rp. 500.000

- b. Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000
- c. Rp. 1.500.000 – Rp 2.500.000
- d. > Rp. 2.500.000

**8. Tingkat Kinerja Produk Caroline Lip Matte**

Berikut adalah anda diminta untuk menilai kinerja dari Lip Matte Caroline. Penilaian kinerja terdiri 5 bobot penilaian, disesuaikan dengan konteks pertanyaan yang diberikan.

Bobot :

1 = Sangat Tidak Awet / Sangat Tidak Tahan / Sangat Tidak Sesuai / Sangat Tidak Menarik / Sangat Tidak Murah / Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Bervariasi / Sangat Tidak Beragam / Sangat Tidak Nyaman

2 = Tidak Awet / Tidak Tahan / Tidak Sesuai / Tidak Menarik / Tidak Murah / Tidak Setuju / Tidak Baik / Tidak Bervariasi / Tidak Beragam / Tidak Nyaman

3 = Netral

4 = Awet / Tahan / Sesuai / Menarik / Murah / Setuju / Baik / Bervariasi / Beragam / Tiak Nyaman

5 = Sangat Awet / Sangat Tahan / Sangat Sesuai / Sangat Menarik / Sangat Murah / Sangat Setuju / Sangat Baik / Sangat Bervariasi / Sangat Beragam / Sangat Nyaman

No.	Tingkat kinerja produk Lip Matte Caroline	Penilaian						
			1	2	3	4	5	
1.	Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline memiliki warna yang awet di bibir?	Sangat Tidak awet	1	2	3	4	5	Sangat awet
	Alasan							
2.	Menurut anda, apakah ketahanan Produk Lip Matte Caroline dalam waktu yang lama?	Sangat Tidak tahan	1	2	3	4	5	Sangat tahan
	Alasan							
3.	Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki	Sangat Tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai

	harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan?							
	Alasan							
4.	Menurut anda, seberapa tahan pemakaian Produk Lip Matte Caroline?	Sangat Tidak tahan	1	2p3	3	4	5	Sangat tahan
	Alasan							
5.	Menurut anda, bagaimana dengan daya tarik kemasan Produk Lip Matte Caroline?	Sangat Tidak menarik	1	2	3	4	5	Sangat menarik
	Alasan							
6.	Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki harga yang murah ?	Sangat Tidak murah	1	2	3	4	5	Sangat murah
	Alasan							
7.	Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki kualitas yang sesuai dengan harga yang diberi?	Sangat Tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai
	Alasan							
8.	Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline memiliki suatu karakteristik tertentu?	Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
	Alasan							
9.	Menurut anda, kemasan	Sangat	1	2	3	4	5	Sangat

	produk Produk Lip Matte Caroline melindungi dengan baik ( agar tidak mudah bocor )?	Tidak baik							baik
	Alasan								
10.	Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline terasa nyaman di bibir?	Sangat Tidak nyaman	1	2	3	4	5		Sangat nyaman
	Alasan								
11.	Menurut anda, variasi produk yang dimiliki Produk Lip Matte Caroline bervariasi?	Sangat Tidak Bervariasi	1	2	3	4	5		Sangat Bervariasi
	Alasan								
12.	Menurut anda, (daya tarik) penampilan kemasan pada Produk Lip Matte Caroline Sangat menarik untuk dibeli?	Sangat Tidak menarik	1	2	3	4	5		Sangat menarik
	Alasan								
13.	Menurut anda, bagaimana keberagaman (variasi) warna Produk Lip Matte Caroline yang ditawarkan oleh PT Universe?	Sangat Tidak Beragam	1	2	3	4	5		Sangat Beragam
	Alasan								
14.	Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline nyaman dipakai dalam kegiatan sehari-hari?	Sangat Tidak nyaman	1	2	3	4	5		Sangat nyaman

	Alasan							
--	--------	--	--	--	--	--	--	--

### III. Niat Beli Ulang Produk Caroline Lip Matte

No	Niat Beli Ulang Produk Caroline Lip Matte							
15.	Saya mau mereferensikan produk Caroline Lip Matte kepada orang lain	Pasti Tidak	1	2	3	4	5	Pasti iya
	Alasan							
16.	Saya berniat untuk membeli kembali produk Caroline Lip Matte	Pasti Tidak	1	2	3	4	5	Pasti iya
	Alasan							
17.	Saya memberikan rekomendasi produk Caroline Lip Matte kepada orang lain	Pasti Tidak	1	2	3	4	5	Pasti iya
	Alasan							

## Lampiran 2 : Google Form

The image displays two screenshots of a Google Form. The top screenshot shows the title and introductory text of the form, which is a research survey about consumer perception and repurchase intention for 'Lip Matte' products. The bottom screenshot shows the 'Profil Responden' (Respondent Profile) section, which includes radio button options for gender, age, occupation, and monthly allowance.

**Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Variasi Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Lip Matte Merek Caroline Di PT Universal Herba Teknologi**

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Nabila Prameswari mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dari Fakultas Ekonomi Studi Manajemen. Saat ini sedang melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Variasi Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Lip Matte Merek Caroline Di PT Universal Herba Teknologi**. Maka dari itu, Saya memohon untuk ketersediaannya membantu mengisi kuisioner dibawah ini. Setiap jawaban yang anda berikan sangat berarti dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas partisipasi dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres. [Psalanj lebih lanjut](#)

Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengfrankan sandi melalui Google Formulir.

Formulir ini dibuat dalam Universitas Katolik Parahyangan. [Lanjutkan ke dashboard](#)

Google Formulir

---

**Profil Responden**

Jenis kelamin \*

Pria

Wanita

Usia \*

21 - 25 Tahun

26 - 30 Tahun

35 - 40 Tahun

> 40 Tahun

Pekerjaan \*

Mahasiswa

Karyawan

Wiraswasta

Ibu Rumah Tangga

Penghasilan / uang saku per-bulan \*

< Rp. 500.000

Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000

> Rp. 2.500.000

Kembali Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengfrankan sandi melalui Google Formulir.

25.01, Sen 16 Jul 51%

+ + +  
data.google.com

### Bagian II - Penilaian Konsumen Pada Produk Caroline Lip Matte

Bagian ini merupakan penilaian anda atas Kualitas Produk, Variasi Produk dan Harga Caroline Lip Matte pada PT Universal Herba Teknologi.

Anda dapat memberikan penilaian dari skala 1 - 5 berikut alasan anda.

Selamat mengerjakan!

---

Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline memiliki warna yang awet di bibir? <sup>^</sup>

Bobot:

- 1 = Sangat Tidak Awet
- 2 = Tidak Awet
- 3 = Netral
- 4 = Awet
- 5 = Sangat Awet

1    2    3    4    5

Sangat Tidak Awet                        Sangat Awet

---

Alasan Anda

Jawaban Anda

---

Menurut anda, apakah ketahanan Produk Lip Matte Caroline dalam waktu yang lama? <sup>^</sup>

Bobot:

- 1 = Sangat Tidak Tahan
- 2 = Tidak Tahan
- 3 = Netral
- 4 = Tahan
- 5 = Sangat Tahan

1    2    3    4    5

Sangat Tidak tahan                        Sangat tahan

---

Alasan Anda

Jawaban Anda

---

Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan? <sup>^</sup>

Bobot:

- 1 = Sangat Tidak Sesuai
- 2 = Tidak Sesuai
- 3 = Netral
- 4 = Sesuai
- 5 = Sangat Sesuai

1    2    3    4    5

Sangat Tidak sesuai                        Sangat sesuai

---

Alasan Anda

Jawaban Anda

---

Menurut anda, seberapa tahan (warna) pemakaian Produk Lip Matte Caroline? <sup>^</sup>

Bobot:

- 1 = Sangat Tidak Tahan
- 2 = Tidak Tahan
- 3 = Netral
- 4 = Tahan
- 5 = Sangat Tahan

1    2    3    4    5

Sangat Tidak tahan                        Sangat tahan

---

Alasan Anda

Jawaban Anda

---

Menurut anda, bagaimana dengan daya tarik kemasan Produk Lip Matte Caroline? <sup>^</sup>

21:01 Set 16 Juli

Menurut anda, bagaimana dengan daya tarik kemasan Produk Lip Matte Caroline? \*

Bobot :  
 1 = Sangat Tidak menarik  
 2 = Tidak Menarik  
 3 = Netral  
 4 = Menarik  
 5 = Sangat Menarik

1 2 3 4 5

Sangat Tidak menarik      Sangat menarik

Alasan Anda

Jawaban Anda

Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki harga yang murah? \*

Bobot :  
 1 = Sangat Tidak Murah  
 2 = Tidak Murah  
 3 = Netral  
 4 = Murah  
 5 = Sangat Murah

1 2 3 4 5

Sangat Tidak murah      Sangat murah

Alasan Anda

Jawaban Anda

Menurut anda, apakah Produk Lip Matte Caroline memiliki kualitas yang sesuai dengan harga yang diberi? \*

21:01 Set 16 Juli

Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline memiliki suatu karakteristik tertentu? \*

Bobot :  
 1 = Sangat Tidak Setuju  
 2 = Tidak Setuju  
 3 = Netral  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat Setuju

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Alasan Anda

Jawaban Anda

Menurut anda, kemasan produk Produk Lip Matte Caroline melindungi dengan baik ( agar tidak mudah bocor )? \*

Bobot :  
 1 = Sangat Tidak Baik  
 2 = Tidak Baik  
 3 = Netral  
 4 = Baik  
 5 = Sangat Baik

1 2 3 4 5

Sangat Tidak baik      Sangat baik

Alasan Anda

Jawaban Anda

Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline terasa nyaman di bibir? \*

21:02 Sel 15 Jun 50%

idocs.google.com

Menurut anda, variasi produk yang dimiliki Produk Lip Matte Caroline bervariasi? \*

**Bobot :**  
 1 = Sangat Tidak Bervariasi  
 2 = Tidak Bervariasi  
 3 = Netral  
 4 = Bervariasi  
 5 = Sangat Bervariasi

1   2   3   4   5

Sangat Tidak Bervariasi                  Sangat Bervariasi

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

Menurut anda, (deya tarik) penampilan kemasan pada Produk Lip Matte Caroline Sangat menarik untuk dibeli? \*

**Bobot :**  
 1 = Sangat Tidak Menarik  
 2 = Tidak Menarik  
 3 = Netral  
 4 = Menarik  
 5 = Sangat Menarik

1   2   3   4   5

Sangat Tidak menarik                  Sangat menarik

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

Menurut anda, bagaimana keberagaman (variasi) warna Produk Lip Matte Caroline yang ditawarkan oleh PT Universe? \*

21:02 Sel 15 Jun 50%

idocs.google.com

Menurut anda, bagaimana keberagaman (variasi) warna Produk Lip Matte Caroline yang ditawarkan oleh PT Universe? \*

**Bobot :**  
 1 = Sangat Tidak Beragam  
 2 = Tidak Beragam  
 3 = Netral  
 4 = Beragam  
 5 = Sangat Beragam

1   2   3   4   5

Sangat Tidak Beragam                  Sangat Bervariasi

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

Menurut anda, Produk Lip Matte Caroline nyaman dipakai dalam kegiatan sehari-hari? \*

**Bobot :**  
 1 = Sangat Tidak Nyaman  
 2 = Tidak Nyaman  
 3 = Netral  
 4 = Nyaman  
 5 = Sangat Nyaman

1   2   3   4   5

Sangat Tidak nyaman                  Sangat nyaman

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

    

Jangan pernah mengirimkan sandi Anda melalui formulir ini.

21:02 Set 16 Jul 60%

docs.google.com

**Bagian III - Niat Beli Ulang Konsumen Terhadap Produk Caroline Lip Matte**

Bagian ini merupakan Niat Beli Ulang Anda pada produk Caroline Lip Matte.

Anda dapat memilih dari skala 1 - 5 beserta alasan anda.

Selamat mengerjakan!

---

Saya mau mereferensikan produk Caroline Lip Matte kepada orang lain. \*

**Bobot :**  
 1 = Pasti Tidak  
 2 = Kemungkinan Pasti Tidak  
 3 = Netral  
 4 = Kemungkinan Pasti Iya  
 5 = Pasti Iya

1      2      3      4      5

Pasti Tidak                  Pasti Iya

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

Saya berniat untuk membeli kembali produk Caroline Lip Matte. \*

**Bobot :**  
 1 = Pasti Tidak  
 2 = Kemungkinan Pasti Tidak  
 3 = Netral  
 4 = Kemungkinan Pasti Iya  
 5 = Pasti Iya

1      2      3      4      5

Pasti Tidak                  Pasti Iya

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

Saya memberikan rekomendasi produk Caroline Lip Matte kepada orang lain. \*

**Bobot :**  
 1 = Pasti Tidak  
 2 = Kemungkinan Pasti Tidak  
 3 = Netral  
 4 = Kemungkinan Pasti Iya  
 5 = Pasti Iya

1      2      3      4      5

Pasti Tidak                  Pasti Iya

---

**Alasan Anda**

Jawaban Anda

---

     [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.  
 Formulir ini dibuat dalam Universitas Katolik Parahyangan, Lepaslan 2023/2024/petusan

**Google Formulir**

**Lampiran 3 : Jawaban Responden**

Kualitas Produk (X1)							
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
2	2	2	2	1	1	1	2
2	2	2	1	1	1	1	2
3	3	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	1	2	2
2	2	2	2	2	1	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2
2	2	2	3	3	2	2	1
3	2	2	2	4	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	1
2	2	2	1	1	2	2	1
2	2	2	1	2	2	2	1
2	2	2	2	1	1	1	3
2	2	1	1	2	1	1	2
2	2	2	2	4	3	3	1
2	2	2	3	3	2	2	2
2	2	1	1	1	2	2	2
2	3	1	2	2	2	2	3
3	3	2	2	2	2	2	2
2	2	2	1	1	1	2	2
2	1	1	2	2	1	1	1
2	2	1	3	3	2	3	2
2	2	2	3	3	3	4	2
2	1	1	2	2	2	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	3
2	2	2	2	1	2	2	2
3	2	3	2	2	2	3	3
2	2	2	1	1	1	1	3
1	2	1	1	2	2	2	2
2	2	2	1	1	2	1	2
2	2	2	2	1	2	2	3
1	1	1	2	2	2	2	2
3	3	3	4	4	4	4	4
2	2	2	2	1	2	2	3
1	2	2	1	1	2	2	2
1	1	2	2	3	3	3	1

2	2	2	1	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	1	3	2	2	1
2	2	2	2	2	2	1	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	1	1	1	1	1	1
2	2	2	1	2	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	3
2	2	2	2	1	2	1	3
2	2	2	2	2	1	1	2
2	2	3	2	2	1	2	2
2	2	2	2	1	1	2	1
3	3	3	2	2	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	2
2	2	2	3	1	2	2	3
2	2	2	2	2	2	1	2
2	2	2	1	1	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	1	1	2	1	2
2	2	2	1	1	1	2	2
2	2	2	1	1	2	2	2
2	2	2	2	2	1	1	2
3	2	2	2	2	2	3	2
2	2	2	1	1	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2
3	2	3	2	1	2	2	2
2	2	1	2	1	2	2	3
2	2	2	1	2	1	1	2
2	2	2	2	1	1	1	2
2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	2	1	1	2	2

2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	1	2	1	2	1	3
2	2	2	2	2	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
3	3	3	3	5	3	3	3
2	1	2	1	1	2	2	2
3	3	3	1	1	1	1	2
2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	1	2	2	2	3
2	1	2	2	1	2	2	3
2	2	2	2	2	2	2	3
2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2

Variasi Produk (X2)			
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	1	2	3
1	1	1	2
2	1	3	3
1	1	2	3
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	1	3
3	4	4	4
1	1	3	3
1	2	3	3

2	2	2	3
1	1	1	3
2	1	1	1
2	1	2	2
3	3	3	2
1	2	1	1
3	2	3	3
2	1	2	2
2	2	2	3
2	2	1	1
1	2	2	2
3	2	2	3
2	3	2	2
1	2	2	2
1	1	3	3
2	2	3	3
3	2	2	3
2	2	3	3
1	2	2	2
1	1	3	3
2	2	3	2
2	2	2	1
4	4	4	4
2	2	3	2
1	1	2	1
2	1	2	3
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	4	4
4	3	4	4
3	3	3	3
1	1	1	2
2	2	2	2
3	3	3	3
3	3	3	3
2	3	3	3
1	1	1	1
2	2	1	1
2	1	1	1
2	2	2	2

2	2	2	3
2	2	2	1
1	2	1	3
1	1	3	1
2	2	2	2
2	2	2	3
2	2	2	2
2	2	2	3
2	2	2	2
2	2	2	2
1	2	3	3
2	2	2	2
1	1	2	2
1	2	3	2
1	2	2	2
1	2	4	3
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	3
2	2	2	2
2	2	2	3
2	2	3	2
2	2	2	4
2	2	2	3
2	2	2	2
2	1	2	4
2	1	2	3
2	2	1	2
1	2	4	4
2	2	3	2
2	2	4	3
2	2	4	4
2	2	4	4
3	2	3	4
3	3	5	5
2	2	3	5
2	3	5	5
2	2	5	4
3	3	5	5
3	3	4	5

2	2	5	5
2	2	4	2
2	2	1	4
2	2	2	2
2	1	4	4
2	2	2	4
1	1	3	1
2	2	4	4
2	2	2	2
2	2	4	3
2	2	4	2

Harga (X3)	
X3.1	X3.2
1	1
1	2
2	2
2	2
2	2
2	2
3	3
2	2
1	1
1	1
1	1
1	1
2	2
2	3
3	3
2	2
3	1
1	2
1	1
2	2
3	2
2	3
2	2
2	2
1	1
1	2

2	2
1	1
2	2
1	1
2	2
2	2
3	4
1	2
2	1
2	2
2	2
2	2
3	2
3	3
3	2
2	2
1	1
3	2
3	3
3	3
1	2
2	1
2	1
1	1
2	1
1	1
1	1
2	1
2	2
1	1
1	2
1	2
2	2
2	1
2	1
1	2
1	1
1	2
2	1
1	3

2	2
2	2
1	1
2	2
2	1
2	2
2	1
1	1
1	2
1	2
1	1
1	1
1	1
1	1
3	2
2	2
3	3
3	3
3	3
3	3
3	3
3	3
3	3
3	3
3	3
1	1
1	2
2	1
1	1
1	1
2	1
1	1
2	2
1	1
2	2

Niat Beli Ulang (Y)		
Y.1	Y.2	Y.3
2	2	2

1	1	1
1	1	1
2	1	2
2	2	2
2	2	2
2	2	1
4	2	2
2	1	1
2	2	2
2	1	2
2	2	1
2	1	2
2	1	2
1	1	1
1	2	1
2	2	2
2	1	1
1	1	1
1	1	1
2	2	1
2	2	2
1	1	1
2	1	1
2	1	2
4	2	2
3	3	3
4	1	4
1	1	1
2	1	2
3	1	3
1	1	1
3	3	4
2	1	2
2	1	2
2	2	1
2	1	2
2	2	2
3	3	3
3	4	3
4	3	3

1	1	1
2	1	2
3	4	3
3	4	4
4	3	4
1	1	1
1	2	1
1	1	1
1	1	1
2	1	2
1	1	1
1	1	1
3	2	3
2	2	2
2	1	2
2	1	2
2	2	2
2	1	2
3	1	3
4	1	4
3	1	3
2	1	2
4	1	3
1	1	1
4	1	4
4	2	4
3	2	3
4	1	4
3	2	3
2	1	2
2	4	2
3	1	3
1	1	1
2	1	2
4	1	4
3	1	3
3	1	3
2	1	3
4	1	4
4	3	4

3	3	4
4	3	4
3	4	4
3	3	4
3	4	4
4	3	4
3	3	3
3	4	4
3	3	3
3	3	3
4	1	3
2	1	2
3	1	3
2	1	2
2	1	2
4	1	4
4	1	4
3	1	3
4	1	4
4	2	4