

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW**

(Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Ajibarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

NANDA LISTIANI DEWI

1902010337

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW**

(Studi Pada Konsumen Produk Skincare MS Glow Ajibarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

NANDA LISTIANI DEWI

1902010337

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



Arini Hidayah, S.E., M.Si.

NIK. 2160341




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditujukan oleh :

Nama : Nanda Listiani Dewi
NIM : 1902010337
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek MS Glow (Studi Pada Konsumen Produk Skincare MS Glow Ajibarang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si. ()
Anggota 1 : Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc ()
Anggota 2 : Mastur Mujib Ikhsani, S.E, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 24 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Listiani Dewi

NIM : 1902010337

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 24 Januari 2023



Nanda Listiani Dewi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Listiani Dewi
NIM : 1902010337
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Merek MS Glow (Studi Pada Konsumen Produk Skincare MS Glow Ajibarang)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 24 Januari 2023

Yang menyatakan,



Nanda Listiani Dewi

MOTTO

“ Aku memang suka mengeluh, tetapi ketahuilah bahwa menyerah bukanlah bagian dari hidupku”



PERSEMBAHAN



Karya ini saya berikan untuk :

Orang tua saya Bapak Toyo Mukti dan Ibu Supriyati

Tercinta sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih

Yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan

Doa yang telah diberikan selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ns Jebul Suroso S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc selaku dosen penguji I dan Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si, selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Untuk kedua orang tua Bapak Toyo Mukti dan Ibu Supriyati yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam

penyusunan skripsi ini. Terimakasih Ibu dan Bapak atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.

8. Elis Amalia selaku kakak saya dan Ayu Anjarwati selaku adik saya, terimakasih banyak atas dukungan, doa dan selalu memberikan semangat.
9. Edgar Muhammad dan Jennaira Ceisyra selaku keponakan yang sangat lucu, terimakasih untuk supportnya.
10. Bayu Aji Pangestu support system terbaik saya yang sabar mendengarkan keluh kesah saya, terimakasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama ini sehingga saya bisa terus semangat dalam menyelesaikan skripsi tepat waktu.
11. Sahabatku Diah Lestari, Rizka Rahayu Utami terimakasih atas dukungan, bantuan dan selalu memberikan semangat, perhatian dan senantiasa menjadi penyemangat dalam setiap hariku.
12. Seluruh teman-teman seperjuanganku di Manajemen G angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, kerjasama, kekompakan serta selalu membantu, berbagai keceriaan dan melewati suka duka selama berada di perkuliahan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 24 Januari 2023

Penulis



Nanda Listiani Dewi

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MEREK MS GLOW
(Studi Pada Konsumen Produk Skincare Merek MS Glow di Ajibarang)

Nanda Listiani D¹, Arini Hidayah²

Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{(1) (2)}
Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{(1) (2)}

¹nandald2021@gmail.com

²hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* dan keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan 110 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *word of mouth* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, *word of mouth* dan keputusan pembelian.

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND WORD OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS FOR MS GLOW SKINCARE PRODUCT

(Study on Consumen Of MS Glow Skincare Product in Ajibarang)

Nanda Listiani D¹, Arini Hidayah²

**S1 Management Study Program, Faculty of Economics and Business^{(1) (2)}
Muhammadiyah University of Purwokerto^{(1) (2)}**

¹nandald2021@gmail.com

²hidayaharini99@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand image and word of mouth and purchasing decisions. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria, 110 respondents were obtained as samples. The data analysis techniques used in this study are descriptive statistics, instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. The results show that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, then brand image has a positive but not significant effect on purchasing decisions, and word of mouth has a positive but not significant effect on purchasing decisions.

Keyword : product quality, brand image, word of mouth, and purchase decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	12
3. Kualitas Produk.....	16
4. Citra Merek	18
5. Word Of Mouth	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu	20

C. Kerangka Pemikiran.....	24
1. Pengaruh Kualitas produk, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.	25
3. Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian.....	26
4. Pengaruh Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian	27
D. Kerangka Penelitian	28
E. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel.....	31
C. Jenis, Sumber dan Metode	32
1. Jenis dan Sumber Data.....	32
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Variabel Penelitian	34
1. Variabel Dependen.....	34
2. Variabel Independen	34
E. Definisi Operasional.....	35
F. Metode Analisis Data.....	36
1. Analisis Statistik Deskriptif	36
2. Uji Instrumen Data.....	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	38
4. Uji Regresi Linier Berganda	40
5. Uji Kecocokan Model	41
6. Uji t	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Umum MS Glow	47
B. Deskripsi Responden.....	50

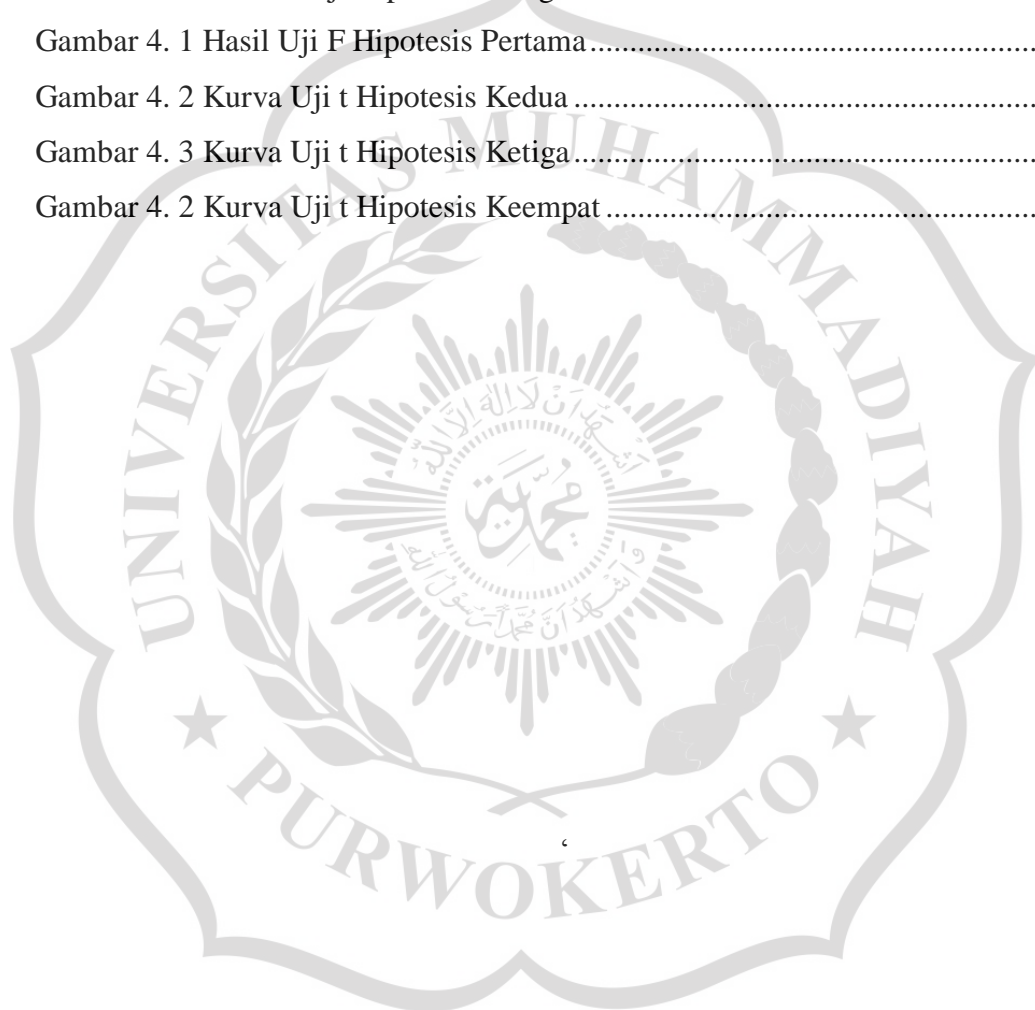
1. Response Rate	50
2. Karakteristik Responden	51
3. Analisis Data	56
4. Uji Instrumen Data	64
5. Uji Asumsi Klasik	69
6. Uji Regresi Linier Berganda	72
7. Uji Kelayakan Model	74
8. Uji Hipotesis	74
9. Uji Hipotesis	76
10. Rekapitulasi Hasil Penelitian	80
C. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan	88
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-commerce Indonesia...	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk di Lima Belas Desa di Kecamatan Ajibarang.....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 4. 1 Response Rate.....	50
Tabel 4. 2 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	53
Tabel 4.6 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.7 Deskriptif Responden Berdasarkan penghasilan.....	54
Tabel 4.8 Deskriptif Responden Berdasarkan Alamat.....	55
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek	58
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Word Of Mouth.....	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Valisiditas Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Word of Mouth.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4. 23 Rangkuman Hasil Penelitian.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	43
Gambar 3. 1 Kurva Uji Hipotesis Kedua	44
Gambar 3. 2 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	45
Gambar 3. 3 . Kurva Uji Hipotesis Ketiga	46
Gambar 4. 1 Hasil Uji F Hipotesis Pertama	76
Gambar 4. 2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	78
Gambar 4. 3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	79
Gambar 4. 2 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	80



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: DATA DESKRIPSI RESPONDEN	111
LAMPIRAN 2: HASIL STATISTIK DESKRIPTIF ANALISIS RESPONDEN	119
LAMPIRAN 3: DATA KUESIONER	121
LAMPIRAN 4: ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF.....	132
LAMPIRAN 5: HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	134
LAMPIRAN 6: HASIL UJI ASUMSI KLASIK	138
LAMPIRAN 7: HASIL KECOCOKAN MODEL.....	139
LAMPIRAN 8: UJI t.....	140
LAMPIRAN 9: F TABEL.....	144
LAMPIRAN 10: t TABEL.....	147

