

**Pengaruh Citra Merk, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* terhadap
Keputusan Pembelian**

(Studi pada Konsumen Wardah di Elisha Beauty, Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan
Bisnis

Universitas Stikubank

Semarang



Oleh:

Nama : Isti Sucasari

NIM : 15.05.61.0020

Program Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Toko Hasenta Pusat Seragam Sekolah Semarang)**

Oleh :
Latifah Ratna Zulkarnain
NIM : 16.05.51.0264
Program Studi S1-Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 05 Februari 2020

Dosen Pembimbing



Mulyo Budi Setiawan, SE.,M.M
NIDN : 0623036902

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Toko Hasenta Pusat Seragam Sekolah Semarang)**

Oleh :
Latifah Ratna Zulkarnain
NIM : 16.05.51.0264
Program Studi S1-Manajemen

Hasil Penelitian dalam Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendaran Skripsi dan Skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

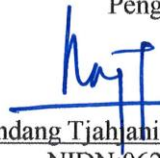

(Mulyo Budi Setiawan, SE.,M.M)
NIDN : 0623036902

Penguji II



Dr. Dra. R.A. Marlén, M.M
NIDN : 0622035701

Penguji III



Dr. Endang Tjahjarningsih, S.E, M.Kom
NIDN:0622056601

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)
NIDN : 0027037101



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

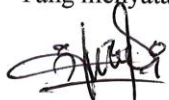
Nama : Isti Suciastari
NIM : 15.05.61.0020
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI TOKO ELISHA BEAUTY SEMARANG* tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin dan meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 14 februari 2020

Yang menyatakan,



(Isti Suciastari)

MOTTO

“The closer you look. The less you’ll see”

“Kita tidak akan berpindah tempat, jika kita tidak mau bergerak. Gapai semua hal yang kamu inginkan dengan sebuah langkah kecil dari dirimu sendiri”

“BE KIND! Even if others are not, even if others will not, even if others cannot”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada kepada orangtua yang senantiasa mendukung, memotivasi serta memberikan kasih sayang dan doa yang tiada henti, kepada adik yang selalu memberikan semangat, kepada sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta kepada teman-teman seangkatan JSM Manajemen Unisbank 2015 yang selalu memberikan keceriaan dan dukungan selama masa perkuliahan hingga akhir masa akhir perkuliahan serta kepada Almamater Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, saya tidak dapat menyelesaikan menyelesaikan studi ini. Saya ucapkan Terima kasih yang sebesar besarnya untuk semua.

(Isti Sucasari)

ABSTRAK

Latar belakang masalah dalam penelitian. ini adalah mengungkapkan bahwa permasalahan pada kosmetik Wardah saat ini adalah adanya penurunan penjualan kosmetik Wardah di Kota Semarang, salah satunya di Elisha Beauty. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis “pengaruh citra merk, persepsi harga, dan word of mouth pada toko Elisha Beauty” terhadap keputusan pembelian kosmetik merk Wardah.

Konsumen kosmetik Wardah di Toko Elisha Beauty merupakan objek dalam penelitian ini. Sampel penelitian yang digunakan adalah 100 orang konsumen Elisha Beauty. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu bahwa “citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”. “Persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”. “WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”.

Katakunci : “citra merk, persepsi harga, word of mouth, keputusan pembelian”

ABSTRACT

The background problem in research this is revealing that the problem with Wardah cosmetics at the moment is the decline in Wardah cosmetic sales in the city of Semarang, one of which is Elisha Beauty. The purpose of this study is to analyze the “influence of brand image, price perception, and word of mouth at Elisha Beauty stores” on the purchase decision of Wardah brand cosmetics.

Wardah cosmetics consumers at Elisha Beauty Shop are the object of this research sample used was 100 Elisha Beauty consumers. The tool used in this study is multiple linear regression analysis.

The result obtained in this study are that “brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions”. “Price perception has a positive and significant impact on purchasing decisions”. “WOM has a significant and significant influence on purchasing decisions”.

Keyword: “Brand image, Price Perception, Word Of Mouth, Purchase Discretion

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul :” Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah pada Toko Elisha Semarang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Toko Eliha Beauty Semarang dengan responden yang memadai. Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari aspek metodologis. Oleh karena itu pembaca yang berminat pada kajian penelitian ini perlu mempertimbangkan informasi ini sekiranya hasil ini dipergunakan sebagai referensi selanjutnya.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini, serta selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Sri Sudarsi, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
4. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Ekomomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Orangtua dan adik saya yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan JSM S1 manajemen Unisbank dan segala pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas segala dukungannya.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Diharapkan tulisan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penelitian sejenis dan bagi perusahaan. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Semarang, 14 Februari 2020

Penulis,



(Isti Suciasari)

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Karya Skripsi	iv
Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	9
2.1.3 Citra Merek.....	14
2.1.4 Persepsi Harga	17
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	20
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	24

2.2 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	25
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	25
2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.3 Pengaruh <i>Word OF Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
Bab III Metode Penelitian	32
3.1 Obyek Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.4.1 Definisi Operasional	33
3.4.1.1 Variabel Bebas	33
3.4.1.2 Variabel Terikat	34
3.4.1.3 Pengukuran Variabel	34
3.5 Pengujian Insstrumen Penelitian	35
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Reabilitas	36
3.6 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.7 Uji Model	37
3.7.1 Koefisien Determinasi	37
3.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	37
3.7.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	38
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	39
4.1 Deskripsi Responden	39
4.1.1 Deskripsi Jenis Kelamin	39
4.1.2 Deskripsi Usia	40

4.1.3 Frekuensi Pembelian	41
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.2.1 Citra Merek	42
4.2.2 Persepsi Harga	42
4.2.3 <i>Word Of Mouth</i>	43
4.2.4 Keputusan Pembelian	44
4.3 Uji Instrumen Data	45
4.3.1 Uji Validitas	45
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.4 Analisis Data	46
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	46
4.5 Uji Model	48
4.5.1 Uji F	48
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.5.3 Uji T (Uji Hipotesis)	48
4.6 Pembahasan	49
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.6.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan pembelian	52
Bab V Simpulan, Keterbatasa dan Implikasi	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Keterbatasan penelitian	54
5.3 Implikasi Penelitian	55
5.4 Rekomendasi Penelitian yang Akan Datang	55
Daftar Pustaka.....	57
Lampiran-Lampiran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Kosmetik di Indonesia	3
Table 1.2 Penjualan Kosmetik Wardah di Elisha Beauty Semarang	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel	34
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Deskripsi Usia	40
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian	41
Tabel 4.4 Deskripsi Citra Merek	42
Tabel 4.5 Deskripsi Persepsi Harga	42
Tabel 4.6 Deskripsi <i>Word Of Mouth</i>	43
Tabel 4.7 Deskripsi Keputusan pembelian	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.10 Regresi Linear Berganda	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 1.2 Kerangka Pikiran.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1. Kuesioner penelitian	59
Lampiran 1. 2. Deskripsi profil responden.....	63
Lampiran 1. 3. Deskripsi jawaban responden pernyataan variable.....	67
Lampiran 1. 4. Hasil olah data	83