

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang



Oleh:

Nama : Crista Nur Eka Yuliati
NIM : 16.05.51.0248
Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)**

Oleh:

Crista Nur Eka Yuliaty

16.05.51.0248

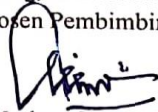
Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 19 Februari 2020

Dosen Pembimbing



Ali Maskur, SE., M.KOM

NIDN: 0618076401

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)**

Oleh:

Crista Nur Eka Yuliati
16.05.51.0248

Program Studi Strata 1 (S1) Manajemen


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

SUSUSAN DEWAN PENGUJI

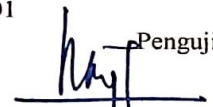
Penguji I


Ali Maskur, SE., M.KOM
NIDN: 0618076401

Penguji II


Bambang Sutedjo, DRS., M.M
NIDN: 0628036101

Penguji III


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



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Crista Nur Eka Yuliati
NIM : 16.05.51.0248
Program Studi : Strata 1 (S1) Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dan penulisan orang lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari 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 atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 18 Februari 2020
Yang menyatakan,

(Crista Nur Eka Yuliati)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati kuucapkan rasa syukurku kepada Allah SWT. Dan atas segala rahmat-Nya skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai (Bp. Subandrio dan Ibu Khuni Wahidah) yang telah mendoakan, membimbing, memberikan nasihat, support dan pengorbanan yang sangat luar biasa kepada saya untuk terus berusaha sampai saat ini hingga waktu yang tidak dapat ditentukan.
2. Adik saya tercinta Destia Dwi dan keluarga besar yang telah mendoakan kesehatan dan semangat untuk saya.
3. Dea, Laras, Amira dan Putri yang telah menjadi keluarga ke dua saya selama di Semarang karena telah bersedia membangun kenangan indah selama ini, terimakasih atas bantuan dan telah menemani saya dikala suka dan duka.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank, yang telah membimbing dan membagikan ilmunya dan juga membantu saya selama ini.
5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016 dan teman-teman KSPM UNISBANK yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan, dan pengalaman yang bermanfaat untuk saya.

(Crista Nur Eka Yuliati)

MOTTO

- Jika bisa dikerjakan hari ini kenapa harus menunggu hari esok
- If you don't dare to try and chase your dreams, you'll rob yourself the joy of doing it. Don't just dream it (Serena Williams)
- How are you going to win if you're too scared to take the risk?
- Setiap hembusan nafas yang di berikan Allah padamu bukan hanya berkah, tapi juga tanggung jawab
- Usaha dan do'a merupakan cara mensyukuri hidup, maka nikmatilah semua prosesnya
- Menjadi manusia yang bermanfaat untuk diri sendiri dan bermanfaat untuk orang lain
- “karena sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada TuhanMulah hendaknya kamu mengharap “
(Qs.Alamnasyarah : 5 - 8)

ABSTRAK

Perkembangan dinamika usaha semakin menantang sehingga pembisnis harus dapat menjadikan tantangan tersebut sebagai peluang untuk dapat bersaing dan bertahan di masa yang akan datang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Stikubank Semarang yang pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik merek Wardah. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data penelitian menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, (2) citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, (3) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah dan (4) *word of mouth* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

Kata kunci : Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga, *Word of mouth*, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The development of increasingly challenging business dynamics so that the businessman should be able to make these challenges as opportunities to compete and survive in the future. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of product quality, brand image, price perception and word of mouth to the purchasing decision Wardah cosmetic products. population in this study were all students at the University Stikubank Semarang ever buy and use the brand cosmetic products Wardah. Used as a sample of 100 respondents, using purposive sampling. Methods of data analysis using multiple linear regression.

The results of this study indicate that (1) the quality of the product positive and significant effect on purchasing decisions cosmetic products Wardah, (2) the brand image positive effect did not significantly influence the purchasing decision of cosmetic products Wardah, (3) the perception of price positive and significant effect on product purchasing decisions cosmetic Wardah and (4) the word of mouth is not significant positive effect on purchasing decisions Wardah cosmetic products.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Word Of Mouth, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang)** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

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, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank Semarang dan
4. Ali Maskur, SE., M.KOM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan yang bermanfaat.

6. Bapak/Ibu Dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran bagi penulis.
7. Terimakasih untuk kedua orang tua saya yang selalu mendo'akan dan memberi kasih sayangnya.
8. Teman – teman saya yang selalu mendukung dan menemani di kala suka dan duka.
9. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Demikianlah dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 18 Februari 2020

Penyusun

Crista Nur Eka Yuliati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Teori	12
2.1.1. Keputusan pembelian.....	12

2.1.2.	faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	15
2.1.3.	Kualitas produk.....	21
2.1.4.	Citra merek	23
2.1.5.	Persepsi harga	28
2.1.6.	<i>Word of mouth</i>	31
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Pengembangan Hipotesis.....	36
2.3.1.	Pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian	36
2.3.2.	Pengaruh antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian	37
2.3.3.	Pengaruh variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian	38
2.3.4.	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian.....	39
2.4.	Model penelitian	41
2.4.1	Model grafis.....	42
2.4.1	Model matematis	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian	43
3.2.	Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1.	Populasi.....	43

3.2.2. Sampel	43
3.2.3 Teknik Sampling	44
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	45
3.3.1. Jenis data.....	45
3.3.2.Sumber data.....	45
3.3.3. Teknik pengambilan data.....	46
3.5. Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.5. Metode Analisis Data	49
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2. Uji Reliabilitas	50
3.6. Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Deskripsi Responden	50
3.6.2. Deskripsi Variabel	50
3.6.3. Uji Regresi Berganda.....	51
3.6.4. Uji F	52
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.6.6. Uji t	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian	54
4.2 Deskriptif Umum Responden	54
4.2.1 Deskriptif Responden	54
4.3 Deskripsi Variabel.....	59

4.4	Uji Instrumen Penelitian.....	63
4.4.1	Uji Validitas.....	63
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.5	Metode Analisis Data.....	65
4.5.1	Analisis Regresi Berganda.....	65
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.5.3	Uji Simultan (Uji F).....	67
4.5.4	Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t).....	68
4.6.	Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Implikasi Penelitian.....	78
5.2.1	Implikas Teoritis.....	78
5.2.2	Implikas Manajerial.....	79
5.2.	Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Industri Kosmetik Di Indonesia	2
Tabel 1.2 Produk Lipstik	5
Tabel 1.3 Produk Blush On	6
Tabel 1.4 Produk Foundation	6
Tabel 1.5 Produk BB Cream.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	48
Tabel 4.1 Data Penelitian.....	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden	55
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembelian.....	15