



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan  
*Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian  
Produk Kosmetik Emina (Studi pada Konsumen  
Toko Gita Jaya Cosmetic Surabaya)**

Indah Purwaningsih  
161500054

Dosen Pembimbing  
Dr. Mochammad Munir Rachman, Drs. Ec., M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

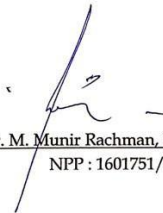
## Lampiran Halaman Lembar Persetujuan Skripsi

### LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 23 Juni 2020

Dosen Pembimbing,



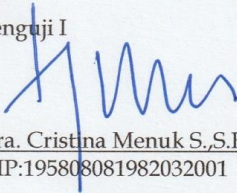
(Dr. M. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si)  
NPP : 1601751/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pada Hari : Selasa  
Tanggal : 28 Juli  
Tahun : 2020

Penguji I



Dra. Cristina Menuk S., S.E., M.M  
NIP:195808081982032001

Penguji II,



Bayu Adi, S.E., Ak., M.SA  
NPP: 0716017903/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi pada Toko Gita Jaya Cosmetic Surabaya)

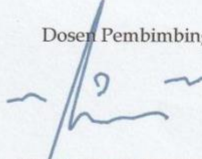
### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Indah Purwaningsih
- b. NIM : 161500054
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adibuana Surabaya
- e. Alamat e-mail : indah.purwaningsih12569@gmail.com

Surabaya, 07 Agustus 2020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,  
  
M. Bagus Dwiarta, SE., M.M  
NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing,

  
Dr. M. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si  
NPP: 1601751/DY

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,  
  
I. Teguh Purwanto, M.M  
NPP: 196012221990031001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indah Purwaningsih

NIM : 161500054

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI  
Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi pada Toko Gita Jaya Cosmetic Surabaya)” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik (2019-2020) bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 14 Agustus 2020  
Mahasiswa,



iv

Indah Purwaningsih

NIM : 161500054

## DAFTAR ISI

Halaman Judul skripsi.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak .....	vi
Abstract.....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	16
2.2.3 Kualitas Produk .....	17
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk .....	18
2.2.3.3 Faktor yang mempengaruhi kualitas produk .....	19
2.2.4 Citra Merek .....	22
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek .....	22
2.2.4.2 Faktor-faktor pembentuk Citra Merek .....	23
2.2.4.3 Komponen Citra Merek.....	25
2.2.4.4 Indikator Citra Merek .....	26
2.2.4.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek ....	26
2.2.5 <i>Word Of Mouth</i> .....	27
2.2.5.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	27
2.2.5.2 Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	29
2.2.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i>	31
2.2.5.4 Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	32
2.2.5.5 Jenis <i>Word Of Mouth</i> .....	34

2.2.6 Keputusan Pembelian .....	34
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	34
2.2.6.2 Proses Keputusan Pembelian.....	35
2.2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	36
2.2.6.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	
37	
2.3 Kerangka Konseptual .....	39
2.4 Hipotesis Penelitian .....	39

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	41
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi Penelitian .....	43
3.2.2 Sampel Penelitian .....	44
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	48
3.4.3.1 Lokasi Penelitian .....	48
3.4.3.2 Waktu Penelitian .....	48
3.5 Variabel Penelitian Definisi Operasional Variabel .....	48
3.5.1 Variabel Penelitian.....	48
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5.2.1 Variabel Kualitas Produk .....	49
3.5.2.2 Variabel Citra Merek.....	49
3.5.2.3 Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	50
3.5.2.4 Variabel Keputusan Pembelian .....	50
3.6 Teknik Analisis Data .....	51
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	51
3.6.1.1 Uji Validitas .....	51
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	52
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	52
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas .....	52
3.6.2.3 Uji Autokorelasi.....	53
3.6.2.4 Uji Heteroskedasitas .....	53
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	54
3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) .....	54
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) .....	55

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Penyajian Data Penelitian .....	57
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.1.2 Visi dan Misi .....	57
4.1.2.1 Visi .....	57
4.1.2.2 Misi.....	58
4.1.3 Struktur Organisasi .....	58
4.1.4 Job Disk .....	58
4.2 Gambaran Umum Responden .....	60
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....	61
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	63
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	63
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pertanyaan .....	64
4.3.2 Variabel Kualitas Produk .....	64
4.3.3 Variabel Citra Merek .....	67
4.3.4 Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	70
4.3.5 Variabel Keputusan Pembelian .....	75
4.4 Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	78
4.4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	78
4.4.2 Uji Validitas .....	88
4.4.3 Uji Reliabilitas .....	98
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	101
4.5.1 Uji Normalitas .....	101
4.5.2 Uji Multikolinieritas .....	102
4.5.3 Uji Autokorelasi.....	103
4.5.4 Uji Heterokedastisitas .....	104
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	105
4.7 Pengujian Hipotesis .....	107
4.7.1 Uji t .....	107
4.7.2 Uji F .....	109
4.8 Koefisien Determinasi .....	110
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian .....	111
4.9.1 Pembahasan Profil Responden .....	111
4.9.2 Pembahasan Uji Statistik .....	113
4.9.2.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	113
4.9.2.2 Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	114



4.9.2.3	<i>Word Of Mouth</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	114
4.9.2.4	Kualitas Produk, Citra Merek, dan <i>Word Of Mouth</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	115

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan.....	117
5.2	Saran.....	118

**DAFTAR PUSTAKA ..... 119**