

HALAMAN MOTTO

“ Allah SWT tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah SWT berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

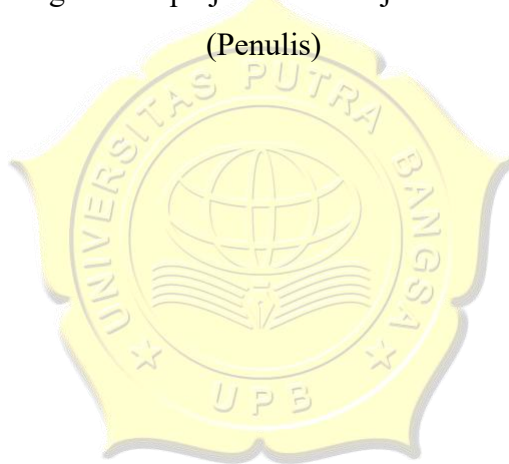
(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Pernah merasa lelah, pernah ingin menyerah, tetapi memilih untuk tetap bertahan adalah bagian dari perjalanan menuju keberhasilan.”

(Penulis)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan juga motivasi dari kedua orang tua serta teman saya, akhirnya tugas terkahir saya sebagai mahasiswa telah selesai,, maka dari itu tugas skripsi penelitian ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Sarjono dan Ibu Marsiti, yang dengan segala kerja keras, doa, dan pengorbanannya telah mengantarkan penulis hingga sampai pada tahap ini. Meskipun Bapak dan Ibu tidak pernah merasakan bangku perkuliahan, Bapak dan Ibu selalu berusaha memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi. Tidak ada yang dapat membalas segala perjuangan dan pengorbanan Bapak dan Ibu selain doa dan keberhasilan penulis di masa depan. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan, umur panjang, dan kebahagiaan, serta semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggaan bagi Bapak dan Ibu sebagai orang tua dari anak keduanya. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini.
2. Kakak tercinta, Anis Larasati yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan hingga perguruan tinggi. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis berani melangkah dan terus berjuang hingga sampai pada tahap ini.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Galih Unggul Perkasa yang selalu menjadi support system bagi penulis. Terima kasih telah menemani, memberikan semangat, mendengarkan setiap keluh kesah, dan selalu ada dalam setiap proses menuju keberhasilan ini. Terima kasih telah

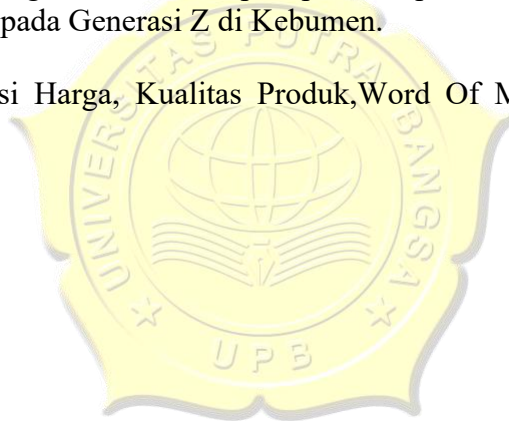
menjadi bagian dari perjalanan penulis dan tetap menemani hingga sampai pada titik ini.

4. Sahabatku sejak SMA, Sefrinda Arta Pramulia terima kasih telah selalu menemani, berjalan bersama, dan memberikan semangat dalam setiap proses menuju keberhasilan yang penulis lalui.
5. Kepada teman-teman seperjuangan, Farizka, Nadia, Irsyad, dan Yoga, yang telah bersama-sama sejak semester satu hingga sampai pada tahap akhir perkuliahan ini. Terima kasih telah menemani setiap proses, saling membantu, berbagi cerita, dan memberikan semangat selama perjalanan perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjuangan hingga akhirnya kita dapat sampai pada tahap keberhasilan ini bersama.
6. Kepada para guru dan dosen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan motivasi selama perjalanan pendidikan penulis. Terima kasih atas segala ilmu dan kebaikan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan kepada Bapak dan Ibu.
7. Terakhir, untuk diriku sendiri terima kasih telah bertahan dan menyelesaikan studi ini hingga akhir. Terima kasih karena tetap memilih untuk melanjutkan meskipun banyak hal terjadi di tengah proses penyusunan skripsi dan ada saat-saat ketika semuanya terasa begitu berat hingga ingin menyerah. Terima kasih telah melewati hari-hari yang tidak mudah, tetap berusaha meskipun perlahan, dan percaya bahwa semua ini akan terlewati. Pada akhirnya, kamu berhasil sampai di titik ini. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan tidak menyerah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang mana semuanya adalah perempuan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen dengan sampel 100 responden perempuan yang pernah melakukan pembelian serta menggunakan produk *Hand and Body Lotion* Marina minimal satu kali. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk dan word of mouth masing masing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen, selain itu persepsi harga, kualitas produk dan word of mouth secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Hand and Body Lotion* Marina pada Generasi Z di Kebumen.

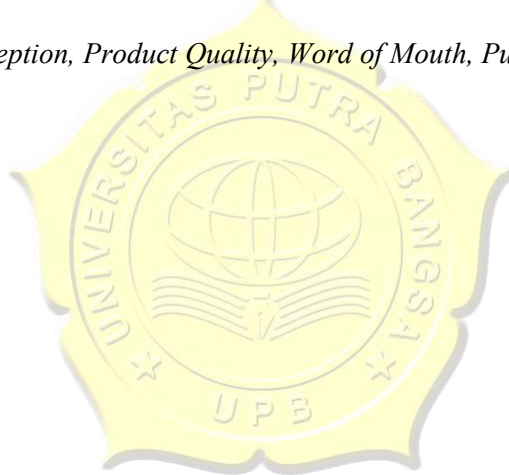
Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, product quality, and word of mouth on the purchasing decision of Marina Hand and Body Lotion among Generation Z in Kebumen. This study involved a sample of 100 respondents, all of whom were female. The population in this study consisted of people in Kebumen, with a sample of 100 female respondents who had purchased and used Marina Hand and Body Lotion at least once. The data used in this study were primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. The research method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS for Windows version 25.0. The results showed that price perception, product quality, and word of mouth each had a positive and significant effect on the purchasing decision of Marina Hand and Body Lotion among Generation Z in Kebumen. Furthermore, price perception, product quality, and word of mouth simultaneously had a positive and significant effect on the purchasing decision of Marina Hand and Body Lotion among Generation Z in Kebumen.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Word of Mouth, Purchasing Decision.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul "Pengaruh Product Quality, Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian produk Moisturizer Glad2glow di Kebumen". Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani S.E., M.M selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini Tujuan umum penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2022 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Persepsi Harga	18
2.1.1. Kualitas Produk	19

2.1.3	<i>Word Of Mouth</i>	22
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.3.	Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1.	Hubungan Variabel Persepsi Harga Dengan Variabel Keputusan Pembelian ..	26
2.3.2.	Hubungan Variabel Kualitas Produk dengan Variabel Keputusan Pembelian ..	27
2.3.3.	Hubungan Variabel Word of Mouth Dengan Variabel Keputusan Pembelian ..	28
2.4.	Model Empiris	29
2.5.	Hipotesis	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	31
3.2.	Variabel Penelitian.....	31
3.1.1	Variabel Dependen.....	31
3.1.2	Variabel Iependen	31
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	35
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1	Jenis Data	37
3.5.2	Teknik Pengumpulan data	37
3.6.	Populasi dan Sampel	38
3.6.1	Populasi.....	38
3.6.2	Sampel.....	39
3.7.	Teknik Analisis	40
3.7.1	Teknik Analisis Deskriptif	40
3.7.2	Teknik Kuantitatif	41
3.8.	Analisis Data.....	41
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	41

3.8.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.8.4 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Analisis Deskriptif	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.2. Analisis Statistik	55
4.2.1 Uji Validitas	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.2.5 Uji Hipotesis	63
4.3. Pembahasan	67
BAB V SIMPULAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Keterbatasan	73
5.3. Implikasi	74
5.3.1 Implikasi Praktis.....	74
5.3.2 Implikasi Teoritis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Perbandingan Kategori Lotion Hand & Body TOP BRAND Index 2021-2025	3
Tabel I-2 Penjualan Hand and Body Marina (2025)	4
Tabel I-3 Hasil Mini Riset Keputusan Pembelian	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel III-1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) pada kuisisioner	33
Tabel III-2 Distribusi Indikator Persepsi Harga (X1) pada kuisisioner	33
Tabel III-3 Distribusi Indikator Kualitas Produk (X2) pada kuisisioner	34
Tabel III-4 Distribusi Indikator Word Of Mouth (X3) pada kuisisioner	35
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	52
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	54
Tabel IV-5 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	56
Tabel IV-6 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	56
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel Word Of Mouth	57
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel IV-9 Uji Reliabilitas Variabel	58
Tabel IV-10 Uji Multikolinearitas	59
Tabel IV-11 Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel IV-12 Uji Parsial (uji t)	64
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	66
Tabel IV-14 Hasil Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	15
Gambar II.2 Model Empiris	30
Gambar IV.1 Uji heteroskedastisitas.....	60
Gambar IV.2 Uji Normalitas.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Data Responden.....	86
Lampiran 3 Tautan Link Google Form	90
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	91
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 8 Analisis Linier Berganda	100
Lampiran 9 Uji Hipotesis	101
Lampiran 10 Tabel r.....	102
Lampiran 11 Tabel t.....	104
Lampiran 12 Tabel F.....	107
Lampiran 13 Kartu Bimbingan	111
Lampiran 14 Seminar Proposal Kartu Tanda Peserta	112