

HALAMAN MOTTO

“god have perfect timing, never early, never late, It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s a worth the wait”

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories* nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan dan kesabaran sehingga Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir (Skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

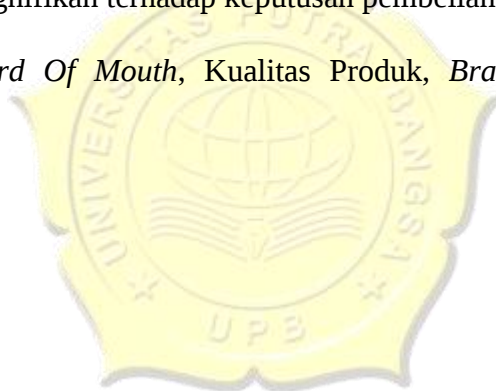
1. Keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan yang tiada henti, karenanya penulis dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Tuti Zakiyah, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa yang telah membantu melancarkan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar baik dikelas maupun diluar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan Tugas Akhir Skripsi.
5. Malvian Destio Putra yang selalu membangun semangat dalam proses penulisan Tugas Akhir Skripsi.
6. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

Terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya selama ini semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Wardah Lip Cream Matte di Kabupaten Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian Wardah Lip Cream Matte di Kabupaten Kebumen. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Word Of Mouth (X1), Kualitas Produk (X2), dan Brand Image (X3), sedangkan variable dependen (terikat) adalah Keputusan Pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan purposive sampling. Pengambilan data menggunakan koesioner. Teknik analisis dan interpretasi data yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda, sesuai model yang dikembangkan dalam penelitian ini, serta dioperasikan dengan bantuan program SPSS windows 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (1) Word Of Mouth mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Brand Image mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Word Of Mouth, Brand Image, and Product Quality on Wardah Lipstick Purchase Decisions in Kebmen Regency. The population in this study were all consumers who purchased Wardah Velvet Matte Lip Mousse Lipstick in Kebumen Regency. The independent variables in this study are Word Of Mouth (X1), Brand Image (X2), and Product Quality (X3), while the dependent variable is Purchase Decision (Y). Respondents in this study amounted to 100 people as the research sample drawn based on purposive sampling. Collecting data using a questionnaire. The data analysis and interpretation technique used is Multiple Linear Regression analysis, according to the model developed in this study, and operated with the help of SPSS windows 25.0 program. The results of the study show that the variable (1) There is a positive and significant effect of word of mouth on purchasing decisions (2) There is a positive and significant effect of product quality on purchasing decisions. (3) There is a positive and significant effect of brand image on purchasing decisions.

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



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH LIP CREAM MATTE (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen)”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

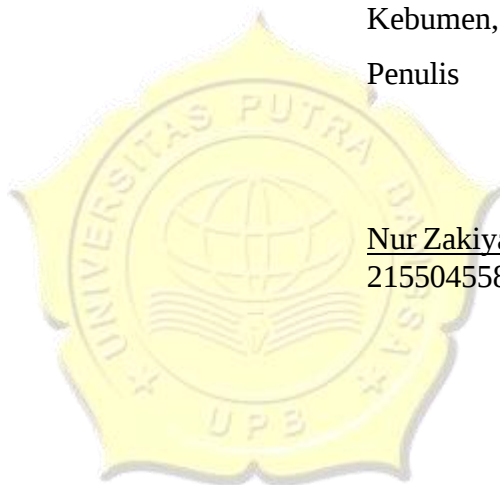
1. Ibu Tuti Zakiyah, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, kasih sayang, serta doa yang tulus dan telah berkerja keras untuk memberikan dukungan materil sehingga penulis diberi kemudahan untuk melaksanakan serta menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar baik dikelas maupun diluar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan Tugas Akhir Skripsi.
4. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
5. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Kebumen, 29 Juli 2025

Penulis

Nur Zakiya Hamidah
215504558



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
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.....	15

2.1.	Tinjauan Teori.....	15
2.1.1.	Variabel Keputusan Pembelian	15
2.1.2.	Variabel <i>Word Of Mouth</i>	19
2.1.3.	Variabel Kualitas Produk	22
2.1.4.	Variabel <i>Brand Image</i>	25
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4.	Model Empiris	40
2.5.	Hipotesis	41
BAB III.....		42
METODE PENELITIAN		42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	42
3.2.	Variabel Penelitian.....	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	44
3.5.	Populasi dan Sampel.....	52
3.6.	Teknik Analisis	54
BAB IV.....		64
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1.	Analisis Deskriptif	65
4.2.	Analisis Statistik	68
4.3.	Pembahasan	81
BAB V.....		85
5.1.	Simpulan	85

5.2. Keterbatasan.....	86
5.3. Implikasi	86
5.3.1 Implikasi Praktis.....	86
5.3.2 Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Top Brand Kategori Wardah Lip Cream Matte.....	3
Tabel I-2	Alasan Konsumen Memilih Wardah Lip Cream Matte.....	4
Tabel II-1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III-1	Indikator Variabel Keputusan Pembelian Pada Kuesioner	45
Tabel III-2	Indikator <i>Word Of Mouth</i> Pada Kuesioner	46
Tabel III-3	Indikator Kualitas Produk Pada Kuesioner.....	46
Tabel III-4	Indikator <i>Brand Image</i> Pada Kuesioner	47
Tabel IV-1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk	67
Tabel IV-5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	69
Tabel IV-6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	69
Tabel IV-7	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	70
Tabel IV-8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel IV-9	Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel IV-10	Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV-11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel IV-12	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	77
Tabel IV-13	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	79
Tabel IV-14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1	Model Empiris	40
Gambar IV-1	Uji Heteroskedastisitas.....	73
Gambar IV-2	Hasil Uji Normalitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran II	Data Tabulasi Kuesioner.....	94
Lampiran III	Uji Validitas.....	100
Lampiran IV	Uji Reliabilitas	103
Lampiran V	Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran VI	Uji Hipotesis	106
Lampiran VII	r Tabel.....	107
Lampiran VIII	t Tabel.....	109
Lampiran IX	f Tabel.....	112
Lampiran X	Kartu Seminar Skripsi	115
Lampiran XI	Kartu Bimbingan Skripsi	116

