

HALAMAN MOTTO

“Tidak pernah menyerah adalah sihirku”

Asta

“Lampaui batasmu, disini dan sekarang”

Yami Sukehiro



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Wanita hebat yang teristimewa Ibu Ruminah, gelar sarjana ini saya persembahkan untuk ibu tercinta yang selalu sabar menantikan anak bungsunya meraih gelar sarjana, ibu yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, motivasi, dukungan dan doa tiada putusnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupan agar senantiasa diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan panjang umur.
2. Laki-laki terhebat Alm. Bapak Sutrisno, gelar sarjana ini saya persembahkan untuk ayah tercinta yang selalu memberikan banyak motivasi dan pelajaran kehidupan untuk anak bungsunya ini. Semoga dengan gelar sarjana ini ayah dapat merasa bangga dengan sebuah pencapaian ini.
3. Saudari kuat Bintang lirasati, Terimakasih untuk semua dukungan baik dari segi biaya dan semangat yang diberikan kepada penulis.
4. Ibu Intan Muliana Rhamdhani S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang sudah mendukung dan mengarahkan penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu. Terima kasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman, saudara dan keluarga yang selalu menguatkan, membantu, menasehati, mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Kepada Wanita tercinta yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, seseorang yang tidak kalah penting berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, terimakasih untuk selalu memberikan semangat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih banyak karena selalu ada sebagai *support system* dan tempat berkeluh kesah untuk penulis.
7. Kepada diri saya sendiri, Muhammad Saddam Rifa'i yang sudah berusaha sekuat tenaga dan pikirannya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, penulis merasa bangga pada diri sendiri yang telah mampu berada di titik ini dan semoga dapat bermanfaat untuk orang-orang disekitarnya. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah untuk melewati berbagai lika liku kehidupan ini.
8. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa ridho dan pertolongan Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah

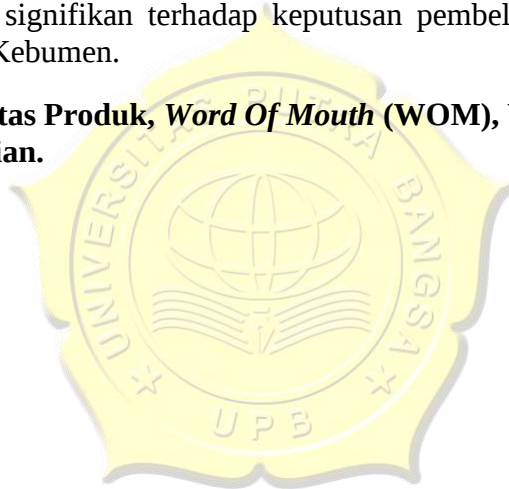
memberikan bantuan dalam penulisan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *word of mouth*, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian produk Kahf face wash di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang mana semuanya adalah laki-laki. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen dengan sampel 100 responden laki laki yang pernah melakukan pembelian serta menggunakan produk Kahf face wash 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 *purposve sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 25.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk, *word of mouth*, dan variasi produk masing masing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kahf *face wash* di Kabupaten Kebumen, selain itu kualitas produk, *word of mouth* dan variasi produk secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kahf *face wash* di Kabupaten Kebumen.

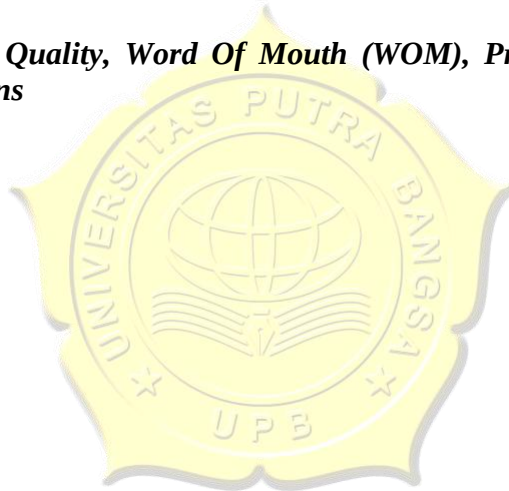
Kata Kunci : Kualitas Produk, Word Of Mouth (WOM), Variasi produk dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, word of mouth, and product variation on purchasing decisions for Kahf face wash products in Kebumen Regency. This study was conducted by taking a sample of 100 respondents, all of whom were male. The population in this study was the people of Kebumen Regency with a sample of 100 male respondents who had purchased and used Kahf face wash products 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 purposive sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques using SPSS for Windows version 25.0. The results of the study showed that product quality, word of mouth, and product variation each had a significant positive effect on purchasing decisions for Kahf face wash products in Kebumen Regency, in addition, product quality, word of mouth and product variation together had a significant positive effect on purchasing decisions for Kahf face wash products in Kebumen Regency.

Keywords: Product Quality, Word Of Mouth (WOM), Product Variation and Purchasing Decisions



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 Kualitas Produk, Word Of Mouth (WOM) dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Kahf Face Wash di Kabupaten 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
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa
4. Teman-teman angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini

Kebumen, 16 juni 2025

Penulis,

Muhammad Saddam Rifa'i
215504537

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
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.....	12
1.5.1 Manfaat teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14

2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	21
2.1.3 Word Of Mouth (WOM).....	24
2.1.4 Variasi Produk.....	26
2.1. Penelitian Terdahulu.....	27
2.2. Hubungan Antar Variabel	36
2.3. Model Empiris.....	38
2.4. Hipotesis.....	39
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	40
3.1.1 Objek Penelitian.....	40
3.1.2 Subjek Penelitian.....	40
3.2. Variabel Penelitian	40
3.3. Definisi Operasional Variabel	41
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data	46
3.5.1 Teknik pengumpulan data.....	47
3.6. Populasi dan Sampel	48
3.6.1 Populasi.....	48
3.6.2 Sampel.....	48
3.7. Teknik Analisis.....	50
3.8. Alat analisis data	51

3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.8.4	Uji Hipotesis	56
BAB IV		60
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	60
4.2.	Analisis Deskriptif.....	61
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	63
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
4.3.	Analisis Statistik.....	67
4.3.1	Uji Instrumen	67
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.3	Uji Analisis Linier Berganda	76
4.3.4	Uji Hipotesis	78
4.4	Pembahasan	82
BAB V.....		87
SIMPULAN		87
5.1.	Simpulan.....	87
5.2.	Keterbatasan	88
5.3.	Implikasi.....	88
5.3.1	Implikasi Praktis	89

5.3.2 Implikasi Teoritis	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1- 1 Penjualan Brand face wash pria tahun 2023 di maretplace	2
Tabel 1- 2 Penggunaan merek Face Wash di Kabupaten Kebumen	2
Tabel 1- 3 Data Penjualan Produk Kahf <i>face wash</i>	4
Tabel 1- 4 Hasil Observasi Konsumen.....	5
Tabel II- 1 Daftar Penelitian Terdahulu	33
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk	43
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel Word Of Mouth	43
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel Variasi Produk	44
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	64
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	68
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (WOM)	69
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Variasi Produk.....	70
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel IV- 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76

Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	79
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	81
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar II- 2 Model Empiris.....	38
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	73
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 data responden	106
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	109
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	116
Lampiran 7 Analisis Linier Berganda	118
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	119
Lampiran 9 Tabel r.....	120
Lampiran 10 Tabel t.....	123
Lampiran 11 Tabel F.....	126
Lampiran 12 Kartu bimbingan.....	129
Lampiran 13 kartu peserta seminar.....	130