

HALAMAN MOTTO

“Jangan mundur, selesaikan apa yang sudah kamu mulai”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. *Bismillahirrahmanirrahim*, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Papa Daliman dan Mama Sudarmini. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun papa dan mama tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat papa dan mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan terakhirnya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga papa dan mama selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Kakak penulis, Faisal Yuliyanto dan istri, terima kasih atas segala ucapan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Tak lupa sahabat-sahabat penulis yang senantiasa hadir dalam setiap suka dan duka selama proses ini berlangsung. Terima kasih atas semua dukungan, motivasi, dan tawa yang kalian bagi.

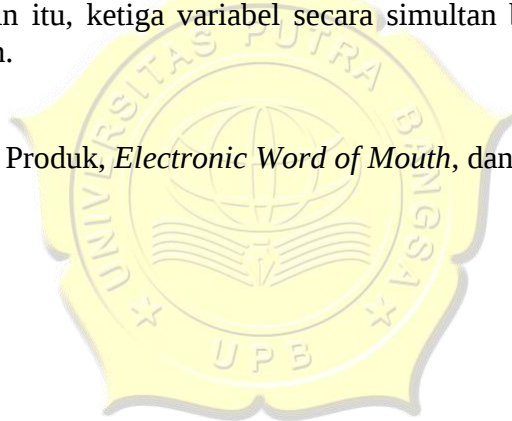
5. Kepada almamater Universitas Putra Bangsa yang sudah membuat penulis bangga dan meraih cita-citanya.
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Terima kasih atas dukungan, semangat, serta menjadi tempat berkeluh kesah. Selalu menyakinkan penulis dalam keraguan dirinya sendiri. Terima kasih atas hal baik yang telah diberikan.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Make Over Powerstay Transferproof Matte Lip Cream di Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah remaja perempuan berusia minimal 18 tahun di Kabupaten Kebumen yang membeli serta menggunakan produk Make Over Powerstay Transferproof Matte Lip Cream. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), *Electronic Word of Mouth* (X2), dan *Brand Image* (X3), sedangkan variabel dependen (terikat) adalah Keputusan Pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah Uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows Version 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Selain itu, ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

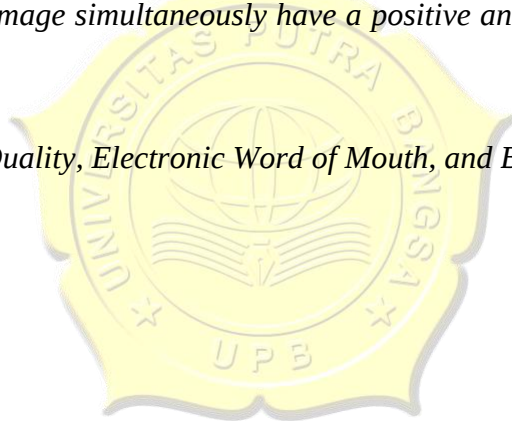
Kata kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, dan *Brand Image*



ABSTRACT

This study aimed to determine the influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Brand Image on the Purchase Decision of Make Over Powerstay Transferproof Matte Lip Cream in Kebumen. The population of this study consisted of female adolescents aged at least 18 years in Kebumen Regency who had purchased and used Make Over Powerstay Transferproof Matte Lip Cream. The independent variables in this study were Product Quality (X1), Electronic Word of Mouth (X2), and Brand Image (X3), while the dependent variable was Purchase Decision (Y). The study involved 100 respondents. Data were collected through questionnaires. The analytical methods employed included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination analysis. Data processing was conducted using SPSS for Windows Version 25. The results indicated that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decision; (2) Electronic Word of Mouth (E-WOM) has a positive and significant effect on Purchase Decision; (3) Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decision; and (4) Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Brand Image simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Decision.

Keyword: Product Quality, Electronic Word of Mouth, and Brand Image



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKE OVER POWERSTAY TRANSFERPROOF MATTE LIP CREAM DI KEBUMEN” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca.

Kebumen, 16 Juni 2026

Penulis,



Farizka Dwi Agustin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Tinjauan Teori	19
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2. Kualitas Produk.....	24

2.1.3.	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	28
2.1.4.	<i>Brand Image</i>	31
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.2.	Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.3.	Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4.	Model Empiris	43
2.5.	Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	46
3.1.1	Objek Penelitian	46
3.1.2	Subjek Penelitian.....	46
3.2.	Variabel Penelitian	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel	47
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	51
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1	Jenis Data	53
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6.	Populasi dan Sampel	55
3.6.1	Populasi.....	55
3.6.2	Sampel.....	56
3.7.	Teknik Analisis.....	58
3.7.1	Analisis Deskriptif	58

3.7.2	Analisis Statistik	58
3.8.	Analisis Data	59
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	61
3.8.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.8.4.	Uji Hipotesis	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		68
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1.	Gambaran singkat produk Make Over	68
4.1.2.	Logo Perusahaan	68
4.2.	Analisis Deskriptif.....	69
4.2.1.	Responden Berdasarkan Alamat	69
4.2.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.2.4.	Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	71
4.3.	Analisis Statistik.....	72
4.3.1.	Uji Validitas	72
4.3.2.	Uji Reliabilitas	75
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.4.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.3.5.	Uji Hipotesis	81
4.4.	Pembahasan	84
BAB V SIMPULAN		87
5.1.	Simpulan.....	87
5.2.	Keterbatasan	88

5.3. Implikasi	89
5.3.1 Implikasi Praktis	89
5.3.2 Implikasi Teoritis	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Index Kategori Lipstik pada Tahun 2025.....	4
Tabel I- 2 Toko yang Menjual Produk Make Over di Kebumen	6
Tabel I- 3 Data Penjualan Make Over Powerstay Transferproof Matte Lip Cream di Family Enam	7
Tabel I- 4 Hasil Observasi Responden.....	8
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel III- 1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) dalam Kuesioner	48
Tabel III- 2 Distribusi Indikator Kualitas Produk (X1) dalam Kuesioner	49
Tabel III- 3 Distribusi Indikator E-WOM (X2) dalam Kuesioner	50
Tabel III- 4 Distribusi Indikator Brand Image (X3) pada Kuesioner.....	51
Tabel IV- 1 Alamat Responden.....	69
Tabel IV- 2 Usia Responden	70
Tabel IV- 3 Pekerjaan Responden.....	71
Tabel IV- 4 Pendapatan/Uang Saku Responden	71
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	74
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth.....	74
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	75
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel IV- 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	81
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	83
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Proses Pengambilan Keputusan	20
Gambar II- 2 Model Empiris.....	44
Gambar IV- 1 Logo perusahaan.....	68
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	97
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 3 Data Responden.....	104
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	107
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	117
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	118
Lampiran 10 Tabel t.....	119
Lampiran 11 Tabel F.....	122
Lampiran 12 Tabel r.....	125
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	129

