

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut untuk diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

(Maudy Ayunda)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan, kebahagiaan, dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas do'a, pengorbanan, dan cinta yang tak pernah berhenti. Jika hari ini aku sampai di titik ini, semua karena ridho dan restu kalian. Semoga gelar ini menjadi hadiah kecil atas setiap do'a dan harapan yang kalian titipkan. Dan semoga hasil yang dicapai ini dapat menjadi wujud kecil dari harapan dan doa Bapak dan Ibu. Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti. Penulis akan terus berusaha untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan dapat memberikan kebanggaan di masa yang akan datang.
2. Dan untuk adikku, semoga langkah ini dapat menjadi semangat untuk meraih mimpimu. Kalian adalah bagian dari alasan penulis terus ingin menjadi lebih baik. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang selalu diberikan. Semoga perjalanan ini dapat menjadi inspirasi untuk terus berusaha dan tidak mudah menyerah dalam meraih cita-cita. Semoga ke depan kita semua dapat mencapai impian masing-masing dan saling menguatkan dalam setiap langkah.
3. Kepada sahabat penulis, Mba Evnie, Cathelya, Mutoharoh, Nurlaila, Adinda, Warda, Retno, dan yang tidak dapat disebut namanya satu per satu. Terima kasih telah menjadi teman terbaik semasa studi, terima kasih telah bersedia

membantu dan direpotkan, menjadi tempat keluh kesah. Semoga kebahagiaan dan keberuntungan selalu menyertai kalian.

4. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih telah berusaha dengan keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun banyak rintangan dan keraguan yang datang. Tetap kuat, terus belajar, dan jangan berhenti berkembang menjadi versi yang lebih baik setiap harinya. Semoga semua proses yang telah dilalui menjadi bekal berharga untuk melangkah ke tahap kehidupan selanjutnya.



ABSTRAKSI

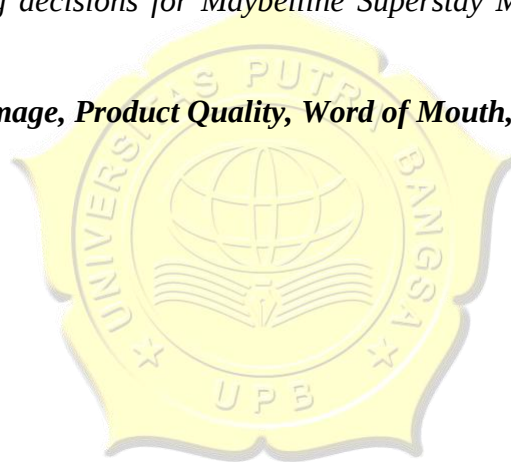
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *pengaruh citra merek, kualitas produk, dan word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang semua respondennya adalah perempuan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kabupaten kebumen dengan sampel 100 responden perempuan berusia 17 tahun yang pernah membeli dan menggunakan Maybelline Superstay Matte Ink. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 27.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, product quality, and word of mouth on purchasing decisions for Maybelline Superstay Matte Ink in Kebumen Regency. This study was conducted using a sample of 100 respondents, all of whom were female. The population in this study was the Kebumen Regency community, with a sample of 100 female respondents aged 17 years who had purchased and used Maybelline Superstay Matte Ink. The data used in this study were primary data obtained from respondents' answers collected through a questionnaire. The research method used in this study was non-probability sampling with a purposive sampling technique. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis with SPSS for Windows version 27.0. The results showed that brand image had no effect on purchasing decisions for Maybelline Superstay Matte Ink in Kebumen Regency. Product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for Maybelline Superstay Matte Ink in Kebumen Regency, and word of mouth had a positive and significant effect on purchasing decisions for Maybelline Superstay Matte Ink in Kebumen Regency.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Word of Mouth, and Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

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 Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline Superstay Matte Ink di Kabupaten Kebumen". Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari 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. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa
4. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang maupun bagi penelitian selanjutnya.

Kebumen, 30 April 2026
Penulis,



Arum Wijayanti
NIM 225504894

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	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.3. Rumusan Masalah	18

1.4. Batasan Masalah.....	19
1.5. Tujuan Penelitian.....	21
1.6. Manfaat Penelitian.....	22
1.6.1 Manfaat Teoritis	22
1.6.2 Manfaat Praktis	22
BAB II.....	24
KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1. Tinjauan Teori	24
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (Theory of Consumer Behavior)	24
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.3 Citra Merek	30
2.1.4 Kualitas Produk.....	33
2.1.5 <i>Word Of Mouth</i>	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Hubungan Antar Variabel	47
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.3 Hubungan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.4 Model Empiris.....	50
2.5 Hipotesis	51
BAB III	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	52
3.1.1 Objek Penelitian.....	52

3.1.2 Subjek Penelitian	52
3.2. Variabel Penelitian	53
3.3. Definisi Operasional Variabel	53
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	56
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6. Populasi dan Sampel	60
3.7. Teknik Analisis.....	63
BAB IV	73
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	73
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	73
4.2. Analisis Deskriptif	74
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	74
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	79
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Maybelline Superstay Matte Ink Dalam 3 Bulan Terakhir	80
4.3 Analisis Statistik.....	81
4.3.1 Uji Validitas	82
4.3.2 Asumsi Klasik	86
4.3.3 Regresi Linier Berganda	88
4.3.4 Uji Hipotesis	90
4.4 Pembahasan	93
BAB V	100

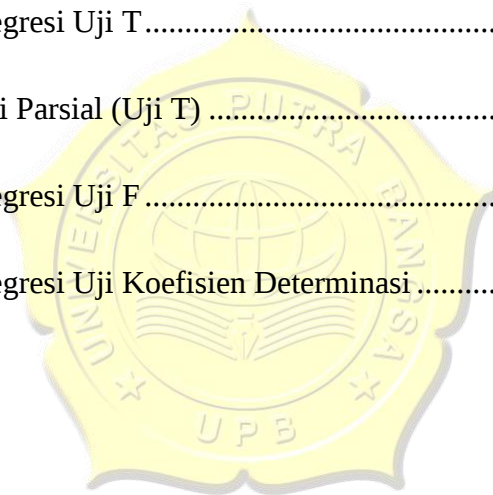
SIMPULAN	100
5.1. Simpulan.....	100
5.2. Keterbatasan	101
5.3. Implikasi	102
5.3.1 Implikasi Praktis	102
5.3.2 Implikasi Teoritis	104
DAFTAR PUSTAKA	107



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top Brand Award Kategori Lipstik 2023-2025	5
Tabel I-2 Data Persentase Kategori Produk Maybelline Yang Paling Banyak Diminati Konsumen Periode November 2024-Januari 2025	8
Tabel I-3 Perkiraan Data Penjualan Maybelline Superstay Matte Ink..... di Kebumen Periode Oktober-Desember 2025	10
Tabel I-4 Penjualan Lip Product Berdasarkan Finishing Periode Agustus- Oktober 2024.....	11
Tabel I- 5 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Maybelline Superstay Matte ink Di Kabupaten Kebumen.....	15
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian pada Kuesioner.....	54
Tabel III-2 Indikator Citra Merek pada Kuesioner	55
Tabel III-3 Indikator Kualitas Produk pada Kuesioner.....	55
Tabel III-4 Indikator Word Of Mouth pada Kuesioner.....	56
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat	74
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	79
Tabel IV-5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	80

Maybelline Superstay Matte Ink Dalam 3 Bulan Terakhir	80
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	82
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	83
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	83
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	84
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	85
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel IV-12 Hasil Regresi Uji T	89
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	90
Tabel IV-14 Hasil Regresi Uji F	92
Tabel IV-15 Hasil Regresi Uji Koefisien Determinasi	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	50
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedastisitas	87
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Data Responden.....	116
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	119
Lampiran 4 Uji Validitas.....	125
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	129
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	130
Lampiran 7 Regresi Linier Berganda.....	131
Lampiran 8 Uji Hipotesis	131
Lampiran 9 Tabel r.....	133
Lampiran 10 Tabel t.....	136
Lampiran 11 Tabel f.....	139
Lampiran 12 Kartu Seminar.....	142
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	143