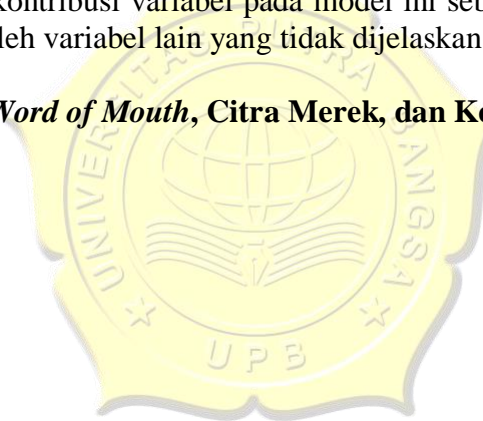


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, *word of mouth*, citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Implora pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kebumen yang menggunakan lipstik Implora dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, analisis regresi linier berganda (skala Likert). Data analisi dengan bantuan program *SPSS 26.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa kontribusi variabel pada model ini sebesar 54,2%, sedangkan 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Iklan, *Word of Mouth*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.

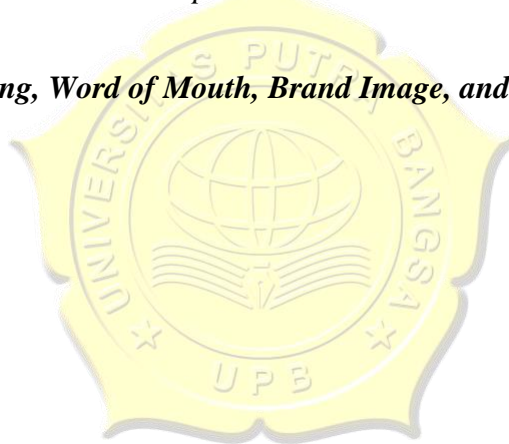


ABSTRACT

This research aims to determine the influence of advertising, word of mout, brand image on purchasing decisions for Implora lipstick in the people of Kebumen Regency. This type of research is quantitative research. Sampling used non probability sampling with purposive sampling technique. The sample data used in this research is the people of Kebumen who use Implora lipstick with a total of 100 respondents. The instrment or data collection tool in this research is using a questionnaire. The data analysis tool used in this research is multiple linear regression analysis. The data analysis techniques used in this research are validity test, reliability test, t test, f test, multiple linear regression analysis (Likert scsle). Data analysis with the help of the SPSS 26.0 for windows program.

The results of this research show that 1) Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions. 2) Word of Mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions. 3) Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the Adjusted R Square value, it shows that the variable contribution to this model is 54.4%, while 45.8% is influenced by other variables not explained in the research.

Keywords: Advertising, Word of Mouth, Brand Image, and Purchase Decisions.



HALAMAN MOTTO

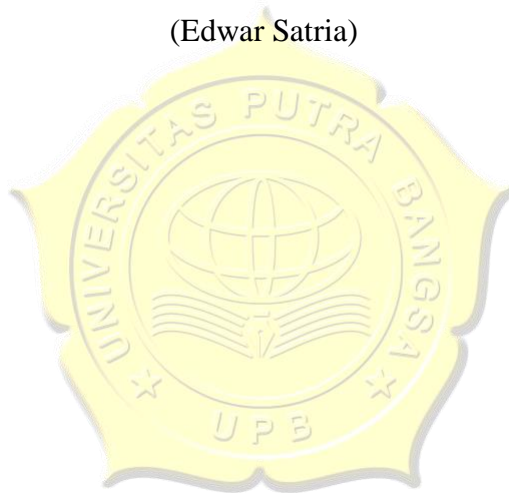
“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al – Insyirah:5)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda, *PERCAYA PROSES* itu yang paling penting, Karena Allah telah mempersiapkan

Hal Baik dibalik kata proses yang kamu anggap Rumit”

(Edwar Satria)



HALAMAN PERSEMBAHAN

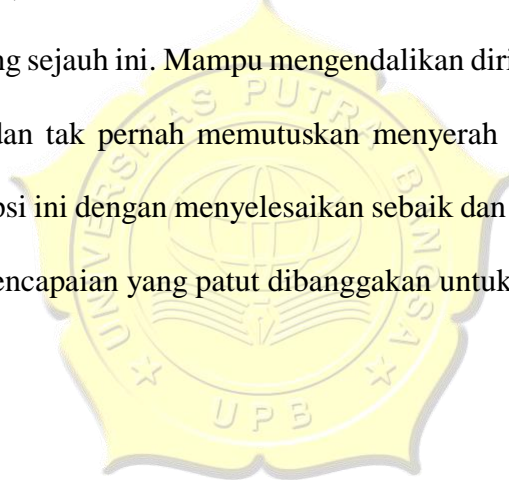
Segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayah, rezeki dan segala karunia-Nya kepada penulis sehingga telah terselesaikan skripsi ini dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada :

1. Bapak Muhasim, cinta pertama dan panutanku. Beliau memang hanya lulusan SD namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat, do'a dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan penulis bisa berada dititik ini.
2. Ibu Siti Mungawanah, pintu surgaku yang dengan tulus ikhlas penuh cinta, kasih dan sayang, merawat, menjaga, membesarkan, mendidik, dan memberikan dorongan tulus penuh cinta serta tidak pernah lelah memanjatkan do'a yang dipanjatkan untuk penulis. Terima kasih atas kesabaran dan ketabahan hati kepada penulis selama ini. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
3. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada kedua penyemangatku Adik tercinta Firman Fajrus Sangid dan Sabrina Meilani, terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas do'a, semangat dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis selama ini. Sehingga terselesaikan skripsi ini. Tumbuhlah menjadi versi terbaik, paling hebat adikku.
4. Terima kasih untuk keluarga besar yang selalu memberikan dukungan secara moril maupun material.

5. Ibu Ika Susilowati, S.Pd.,M.Si, selaku dosen pembimbing.

Terima kasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.

6. Almamater yang saya banggakan Universitas Putra Bangsa
7. Teman – teman Manajemen Reguler A angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat saya, Sri Umi Latifah yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
9. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Iklan, *Word of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Di Kabupaten Kebumen**” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Program Studi Manajemen di Manajemen di Universitas Putra Bangsa. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak . oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si ,selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan serta arahan yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
4. Segenap dosen dan staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.
5. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu yang sudah pernah membeli dan menggunakan Lipstik Implora di Kabupaten Kebumen.

6. Sahabat dan teman yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat serta memberikan solusi.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi peneliti dan kepada para pembaca pada umumnya.



Kebumen, 11 Mei 2024

Penulis,

Sifa Miftahul Jannah

NIM.205504182

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	Iklan.....	19
2.1.3.	<i>Word of Mouth</i>	22
2.1.4.	Citra Merek	24
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4.	Model Empiris	33
2.5.	Hipotesis	34
BAB III.....		35
METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	35
3.2.	Variabel Penelitian	35
3.3.	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	39
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6.	Populasi dan Sampel.....	42
BAB IV		55
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		55
4.1.	Analisis Deskriptif.....	55
4.2.	Karakteristik Responden	58
4.3.	Analisis Statistik.....	62
BAB V.....		80
SIMPULAN		80
5.1.	Simpulan.....	80
5.2.	Keterbatasan	81

5.3. Implikasi.....	81
5.3.1 Implikasi Praktis	81
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	85
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1- 1 Data Penjualan Lipstik Implora Bulan Agustus- Oktober 2023	3
Tabel 1- 2 Top Brand Lipstik Implora Tahun 2021	5
Tabel 1- 3 Data Observasi Pada Konsumen Pengguna Lipstik Implora Di Kebumen	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel Iklan	38
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel Word of Mouth	38
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek.....	39
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Iklan.....	64
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Word of Mouth.....	64
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Citra Merek	65
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV- 10 Uji Realibilitas.....	66
Tabel IV- 11 Uji Multikolinieritas	67
Tabel IV- 12 Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel IV- 13 Uji Persial (Uji t)	73

Tabel IV- 14 Uji Simultan(Uji F).....	75
Tabel IV- 15 Uji Koefisien Determinasi (R).....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1- 1 Data Peningkata Penjualan Kosmetik dari Tahun 2021 - 2023	2
Gambar II- 1 Model EmpirisGambar II-1	33
Gambar IV- 1 Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar IV- 2 Uji Normalitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reabilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 8 Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r

Lampiran 10 Tabel t

Lampiran 11 Tabel F

Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal

