

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PESAN IKLAN,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MARINA**

SKRIPSI



**Oleh:
Winda Aprilia Ependi
190910292**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PESAN IKLAN,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MARINA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Winda Aprilia Ependi
190910292**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Winda Aprilia Ependi

NPM : 190910292

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"Pengaruh Kualitas Produk, Pesan Iklan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Marina"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 27 Januari 2023



Winda Aprilia Ependi
190910292

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PESAN IKLAN,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MARINA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Winda Aprilia Ependi
190910292**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



**Dr. Realize, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengkaji bagaimana kualitas produk, pesan iklan, dan *word of mouth* secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Marina. Dapat menggunakan jenis penelitian yang berhubungan asosiatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Dikarenakan populasi yang digunakan oleh pembeli atau pengguna kosmetik marina yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, dan teknik penentuan besar sampel yang digunakan menggunakan rumus Jacob-Cohen, diperoleh 204 responden. Sampel *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel yang ditargetkan. Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji f dapat digunakan dalam proses analisis data. Hasil uji t $4,731 > t$ tabel $1,971$ menunjukkan bahwa ada hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian yang didorong oleh survei. Temuan ini positif dan memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pesan iklan dengan keputusan pembelian. Artinya, $7,220 > t$ tabel $1,971$. Temuan ini positif dan memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji t $3,489 > t$ tabel $1,971$, menunjukkan adanya hubungan antara word-of-mouth dengan keputusan pembelian. Temuan ini positif dan memiliki tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil survey $108,050 > f$ Tabel 2.65, Sig. $0,000 < 0,000$, menunjukkan bahwa kualitas produk, pesan promosi, dan word of mouth berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Marina.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Pesan Iklan, *Word Of Mouth*.

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine how product quality, advertising messages, and word of mouth partially or simultaneously influence the purchasing decisions of Marina's cosmetics. Can use the type of research related to associative with a quantitative research approach. Due to the fact that the population used by buyers or users of Marina cosmetics is not known with certainty, and the sample size determination technique used is the Jacob-Cohen formula, 204 respondents were obtained. Purposive sampling as a targeted sampling method. Validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R²), t test and f test can be used in the data analysis process. The results of the t test $4.731 > t$ table 1.971 indicate that there is a relationship between product quality and survey-driven purchasing decisions. This finding is positive and has a significance level of $0.000 < 0.05$. The results of the t test show that there is a relationship between advertising messages and purchasing decisions. That is, $7.220 > t$ table 1.971. This finding is positive and has a significance level of $0.000 < 0.05$. The result of the t test is $3.489 > t$ table 1.971, indicating that there is a relationship between word-of-mouth and purchasing decisions. This finding is positive and has a significance level of $0.000 < 0.05$. Based on the survey results $108.050 > f$ Table 2.65, Sig. $0.000 < 0.000$, indicating that product quality, promotional messages, and word of mouth have a significant positive effect simultaneously on purchasing decisions for Marina products.

Keywords: *Advertisement Message, Buying decision, Product quality, Word Of Mouth.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden pengguna produk kosmetik Marina yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 27 Januari 2023



Winda Aprilia Ependi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Produk	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk	10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	10
2.1.2 Pesan Iklan	11
2.1.2.1 Pengertian Pesan Iklan	11
2.1.2.2 Tujuan Iklan	12
2.1.2.3 Fungsi Iklan	13
2.1.2.4 Indikator Pesan Iklan.....	14
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	14
2.1.3.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	15
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2 Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23

2.4	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Sifat Penelitian	26
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	27
3.3.1	Lokasi Penelitian	27
3.3.2	Periode Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	28
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	29
3.5	Sumber Data.....	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data	31
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
3.7.1	Variabel Independen (X).....	32
3.7.1.1	Kualitas Produk	32
3.7.1.2	Pesan Iklan	33
3.7.1.3	<i>Word Of Mouth</i>	33
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	33
3.7.2.1	Keputusan Pembelian.....	34
3.8	Metode Analisis Data	34
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	35
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	36
3.8.2.1	Uji Validitas	36
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3.1	Uji Normalitas	38
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	39
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8.4	Uji Pengaruh.....	40
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.9	Uji Hipotesis.....	42
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	42
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	48
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	49

4.3.2	Deskriptif Pesan Iklan (X2).....	50
4.3.3	Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	52
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.4	Analisis Data	54
4.4.1	Uji Kualitas Data	54
4.4.1.1	Uji Validitas	54
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	57
4.4.2.1	Uji Normalitas	57
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	59
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	60
4.4.3	Uji Pengaruh.....	60
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.5	Uji Hipotesis.....	63
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	63
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	64
4.6	Pembahasan.....	65
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.6.2	Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.6.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Pesan Iklan Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penilaian <i>Hand&Body</i> Marina.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo Marina	45
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	58
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Iklan Produk Marina.....	2
Tabel 1.2 Top Brand Award 2020.....	5
Tabel 1.3 Top Brand Award 2021 & 2022.....	5
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	31
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala.....	35
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status	48
Tabel 4.4 Rentang Skala.....	48
Tabel 4.5 Deskriptif Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.6 Deskriptif Pesan Iklan	50
Tabel 4.7 Deskriptif <i>Word Of Mouth</i>	52
Tabel 4.8 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.9 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	55
Tabel 4.10 Uji Validitas Pesan Iklan (X2)	55
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	56
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	58
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Parsial).....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji f (Simultan).....	64

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i>	28
Rumus 3.2 Rentang Skala	35
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	36
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	37
Rumus 3.5 Uji Normalitas.....	38
Rumus 3.6 Uji Multikolinearitas.....	39
Rumus 3.7 Regresi Linear Berganda.....	41
Rumus 3.8 Koefisien Determinasi	42
Rumus 3.9 Uji t	43
Rumus 3.10 Uji f.....	44