

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *TWO WAY CAKE PIXY***

**SKRIPSI**



**Oleh:**  
**Novi Femiati Saputri**  
**190910164**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *TWO WAY CAKE PIXY***

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Novi Femiyati Saputri  
190910164**

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

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Novi Femiyati Saputri

NPM : 190910164

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Two Way Cake Pixy*”**

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, 28 Juli 2023



**Novi Femiyati Saputri**

190910164

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *TWO WAY CAKE PIXY***

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Novi Femiyati Saputri  
190910164**

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

**Batam, 28 Juli 2023**



**Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai apakah pengaruh kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk *two way cake* Pixy. Populasi yang digunakan merupakan pengguna yang pernah membeli produk *two way cake* Pixy yang tidak dapat diketahui jumlah pastinya. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *lameshow* dengan jumlah perhitungan sebesar 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Jenis penelitian menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner dan studi Pustaka. Analisis data dilakukan menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis dengan bantuan *software* SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk citra merek dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *two way cake* Pixy. Untuk hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* sebesar 74,2%. Selain itu, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan *word of mouth* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *two way cake* Pixy.

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

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to assess whether the influence of product quality, brand image and word of mouth on the purchasing decision of Pixy's two way cake product. The population used is users who have purchased two way cake Pixy products whose exact number cannot be known. The sampling technique used the lameshow formula with a total calculation of 100 respondents using purposive sampling. This type of research uses a descriptive type with a quantitative approach using a questionnaire data collection method and literature study. Data analysis was carried out using data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing with the help of SPSS software. The results of multiple linear regression analysis show that product quality, brand image and word of mouth have a positive effect on the purchasing decision of Pixy's two way cake product. The results of the analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) show that purchasing decisions can be explained by product quality, brand image and word of mouth of 74.2%. In addition, the results of hypothesis testing show that product quality, brand image, and word of mouth partially and simultaneously have a positive and significant effect on the purchasing decision of Pixy's two way cake product.*

***Keywords:*** *Brand Image, Product Quality, Purchase Decision, 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. Bapak Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. 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 yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Mama dan Adik penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman gadis Timur yang 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, 28 Juli 2023

  
Novi Femiyati Saputri





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Secara Teoritis.....	9
1.6.2 Secara Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Produk .....	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.1.1.2 Kelompok Kualitas Produk .....	12
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk .....	13
2.1.2 Citra Merek .....	15
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....	15
2.1.2.2 Ketentuan Merek .....	16
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	19
2.1.3.2 Karakteristik <i>Word Of Mouth</i> .....	20
2.1.3.3 Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	21
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian .....	25
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.3.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	31

2.4	Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Sifat Penelitian .....	33
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	34
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	34
3.3.2	Periode Penelitian.....	34
3.4	Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1	Populasi .....	35
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	35
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	36
3.5	Sumber Data.....	37
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.7.1	Variabel Independen (X).....	39
3.7.2	Variabel Dependen (Y) .....	39
3.8	Metode Analisis Data .....	40
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif .....	40
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	41
3.8.2.1	Uji Validitas .....	41
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	43
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.8.4	Uji Pengaruh.....	46
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	47
3.9	Uji Hipotesis.....	48
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	48
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	54
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	55
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1) .....	55
4.3.2	Deskriptif Citra Merek (X2).....	57
4.3.3	Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	59
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	61
4.4	Analisis Data .....	63
4.4.1	Uji Kualitas Data .....	63

4.4.1.1 Uji Validitas .....	63
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	66
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	68
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	69
4.4.3 Uji Pengaruh.....	70
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.5 Pengujian Hipotesis.....	72
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	72
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	74
4.6 Pembahasan.....	75
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.6.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	78

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	80

## **DAFTAR PUSTAKA**

**Lampiran 1.** Pendukung Penelitian

**Lampiran 2.** Daftar Riwayat Hidup

**Lampiran 3.** Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Ulasan Pembeli Terhadap Produk Pixy .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Komentar Negatif Pada Produk <i>Two Way Cake</i> Pixy .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	31
<b>Gambar 4.1</b> Produk <i>Two Way Cake</i> Pixy .....	51
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	66
<b>Gambar 4.3</b> Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i> .....	67
<b>Gambar 4.4</b> Uji Heteroskedastisitas .....	69

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> <i>Top Brand Award</i> Kategori Bedak Muka Padat 2022-2023 .....	4
<b>Tabel 1.2</b> <i>Brand Makeup</i> Terlaris Tahun 2022 .....	6
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	28
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	34
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kuesioner .....	38
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	39
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	41
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	54
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	55
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Kualitas Produk.....	55
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Citra Merek .....	57
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> .....	59
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Keputusan Pembelian.....	61
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	63
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Citra Merek (X2) .....	64
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	64
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	65
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas.....	65
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	68
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas .....	69
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	70
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t (Parsial).....	73
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji f (Simultan).....	74

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus <i>Lameshow</i> .....	35
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	40
<b>Rumus 3.3</b> <i>Product Moment</i> .....	42
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Cronbach</i> .....	43
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linier Berganda .....	46
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	47
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	48
<b>Rumus 3.8</b> Uji f.....	49