

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI BATAM**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MAYLENI  
200910008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**MAYLENI  
200910008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mayleni  
NPM : 200910008  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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, 16 Januari 2024



**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI BATAM**

**SKRIPSI**

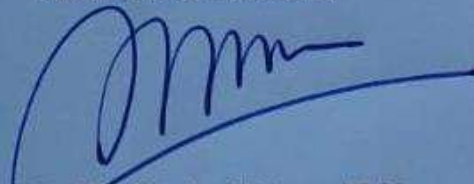
**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:**

**Mayleni  
200910008**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 16 Januari 2024**



**Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.  
Pembimbing**



## **ABSTRAK**

Di era industri saat ini banyak sekali perusahaan skincare yang memperhatikan perkembangan terkini dalam menghasilkan produk untuk dijual. Setiap perusahaan mempunyai ciri khas tersendiri untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan dalam bidang kewirausahaan juga semakin beragam, semakin banyak pula wirausaha di berbagai bidang industri. Dalam penelitian ini menganalisis brand image produk Ms Glow, dalam kompetisi perusahaan harus meningkatkan brand image produk agar brand image menjadi terbaik, inovasi produk yang mempengaruhi penjualan produk Ms Glow sehingga Ms glow harus melakukan inovasi pada produk Ms Glow menjadi suatu produk yang menarik, dan konsumen akan memberikan informasi dari mulut ke mulut untuk memberikan informasi dari konsumen kepada konsumen lainnya tentang penggunaan produk tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan metode purposive sampling dengan 100 responden. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25 diperoleh hasil bahwa masing-masing variabel citra merek, inovasi produk dan word ofmouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** produk, perusahaan, informasi, industri

## *ABSTRACT*

In the industrial era, there are many skincare companies that pay attention to current developments in producing products for sale. Each company has its own characteristics to attract consumer attention. Competition in the field of entrepreneurship is also increasingly diverse, there are more and more entrepreneurs in various industrial fields. In this research, we analyze the brand image of the Ms Glow product, in this competition the company must improve the product brand image so that the brand becomes the best, product innovation that influences sales of the Ms Glow product to innovate the Ms Glow product into a good product, and consumers will provide information from mouth to mouth. word of mouth to provide information from consumers to other consumers due to the use of the product. In this research, multiple linear regression analysis was used with a purposive sampling method with 100 respondents. Based on the test results using the multiple linear regression analysis method with the help of SPSS 25, the results showed that each variable brand image, product innovation and word of mouth had a significant effect on purchasing decisions.

**Keyword:** product, companies, information, industrial

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. dan sekaligus dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora 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 Siagin, S.Kom., M.Si. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua orang tua tercinta dan keluarga penulis yang telah memberikan banyak dorongan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
6. Kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat kepada sesama;
7. Kepada teman-teman dan pihak yang telah bersedia membantu dalam menyebarkan maupun mengisi kuesioner penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan mencurahkan rahmat dan karuniaNya.

Batam, 16 Januari 2024

**Mayleni**  
200910008





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>1</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1. Citra Merek.....	13
2.1.1.1. Sejarah Citra Merek.....	13
2.1.1.2. Pengertian Citra Merek.....	14
2.1.1.3. Dimensi.....	15
2.1.1.4. Indikator Citra Merek .....	17
2.1.2 Inovasi Produk.....	18
2.1.2.1. Sejarah Inovasi Produk.....	18

2.1.2.2.	Pengertian Inovasi Produk.....	18
2.1.2.3.	Indikator yang mempengaruhi Inovasi Produk .....	19
2.1.3.	Word Of Mouth .....	20
2.1.3.1.	Sejarah Word Of Mouth .....	20
2.1.3.2.	Pengertian Word Of Mouth.....	22
2.1.3.3.	Indikator-indikator Word Of Mouth.....	23
2.1.4.	Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.1.	Sejarah keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.2.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.1.4.3.	Dimensi-dimensi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.4.	Indikator-indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	29
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.4	Kerangka penelitian.....	31
2.4.	Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3.1.	Metode Penelitian.....	32
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.	Sampel .....	36
3.4.3.	Teknik Sampling .....	37
3.5.	Sumber Data .....	38
3.6.	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	40

3.7.1	Variabel Independen.....	40
3.7.2	Variabel Dependen.....	40
3.8.	Metode Analisis Data.....	41
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	42
3.8.2.1	Uji Validitas.....	42
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	44
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	45
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.8.4	Uji Pengaruh.....	46
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.8.4.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	47
3.8.5	Uji Hipotesis.....	48
3.8.5.1	Uji T (Parsial).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1.	Profil Responden.....	49
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2.	Kakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3.	Kakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.4.	Kakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali telah menggunakan Ms Glow.....	52
4.2.5.	Kakteristik Responden Berdasarkan Dari mana mengenal Ms Glow.....	53
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	53
4.4.1.	Variabel Citra Merek (X1).....	54
4.3.3.	Variabel Inovasi Produk (X3).....	54
4.3.4.	Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	55

4.3.5.	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.4.	Analisis Data .....	57
4.4.1.	Uji Kualitas Data .....	57
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas .....	57
4.4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
4.4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.2.1	Hasil Uji Normalitas.....	61
4.4.2.2	Hasil Uji Heteroskedastitas .....	63
4.4.2.3	Uji Multikolinearitas .....	64
4.4.3.	Hasil Uji Pengaruh .....	64
4.4.3.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
4.4.3.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.4.4.	Hasil Hipotesis.....	67
4.4.4.1	Hasil Uji T (Parsial).....	67
4.6	Pembahasan .....	69
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.6.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.2	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berinvestasi.....	70
	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.2	Simpulan.....	72
5.2	Saran .....	72
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
	<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>76</b>
	<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>116</b>
	<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>118</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Produk Ms Glow .....	5
<b>Gambar 1. 2</b> testimoni pengguna Ms Glow .....	7
<b>Gambar 1. 3</b> Testimoni pengguna Ms Glow.....	8
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Penelitian.....	31
<b>Gambar 4. 1</b> Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
<b>Gambar 4. 2</b> Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	51
<b>Gambar 4. 3</b> Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
<b>Gambar 4. 4</b> Identitas Responden Berdasarkan Berapa kali Menggunakan Ms Glow .....	52
<b>Gambar 4. 5</b> Identitas Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Ms Glow	53
<b>Gambar 4. 6</b> Hasil Pengujian Normalitas (Histogram).....	61
<b>Gambar 4. 7</b> Hasil Pengujian Normal P-P Plot .....	62
<b>Gambar 4. 8</b> Hasil Uji Heteroskedastitas ( <i>Scatterplot</i> ) .....	63

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	27
<b>Tabel 3. 1</b> Periode Penelitian .....	35
<b>Tabel 3. 2</b> Penentuan Skor Jawaban Kuesioner .....	40
<b>Tabel 4. 1</b> Skor Indikator Variabel Citra Merek (X1).....	54
<b>Tabel 4. 2</b> Skor Indikator Variabel Inovasi Produk (X2).....	55
<b>Tabel 4. 3</b> Skor Indikator Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	56
<b>Tabel 4. 4</b> Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	58
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X2).....	58
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	59
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	59
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1) .....	60
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	63
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	67
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji T.....	68

## DAFTAR GRAFIK

<b>Grafik 1. 1</b> Data Skincare terlaris Di tahun 2022.....	3
<b>Grafik 1. 2</b> Survei Inovasi produk Ms Glow.....	6



## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Lemeshow.....	36
<b>Rumus 3. 2</b> Pearson Product Moment.....	43
<b>Rumus 3. 3</b> Cronbach's Alpha.....	44
<b>Rumus 3. 4</b> Regresi Linear Berganda.....	47