



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI KOTA KUDUS**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh**

Dwi Cahyaningrum

NIM : 2018-11-576

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2024**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS  
GLOW DI KOTA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus, *22 Januari* 2024

Pembimbing I



**Dr. Supriyono, S.E., M.M**  
NIDN. 0614037104

Pembimbing II



**Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K**  
NIDN. 06009841

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M**  
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS  
GLOW DI KOTA KUDUS**

Nama : Dwi Cahyaningrum  
NIM : 201811576  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Mengetahui  
Ketua Program Studi



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M**  
NIDN. 0024037701

Dosen Pembimbing I



**Dr. Supriyono, S.E., M.M**  
NIDN. 0614037104

Mengetahui  
Dekan



**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M**  
NIDN. 0616077304

Dosen Pembimbing II



**Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K**  
NIDN. 0630098401

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain) dan hanya kepada Tuhan-mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”

(Andrew Jackson)

“Ketika kamu percaya bahwa kamu bisa maka KAMU PASTI BISA”

(Penulis)

### PERSEMBAHAN :

*Skripsi ini kupersembahkan kepada  
Kedua orang tuaku tercinta Untuk Bapak Ibuku,  
Terimakasih atas segala doa yang tulus, dukungan, serta kasih sayang yang  
memberikan banyak semangat dan motivasi yang tak ternilai.  
Serta untuk orang-orang terdekatku yang tersayang  
Almamaterku, aku bangga menjadi bagian darimu.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin, puji syukur atas Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI KOTA KUDUS”** ini dengan baik. skripsi ini di susun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini, perkenalkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Supriyono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
5. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya secara langsung sejak persiapan sampai akhir penulisan.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh staf dan karyawan bagian tata usaha, perpustakaan dan ruang data yang banyak membantu dalam semua proses yang diperlukan.
8. Kedua orang tua saya tercinta Bapak dan Ibu yang merupakan motivasi terbesar bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, semangat, kepercayaan, dan doanya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman spesial Evi, Burhan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat balasan limpahan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena semuanya disebabkan oleh keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun selalu diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat berbagai pihak.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Kudus, 2024

Penulis

**Dwi Cahyaningrum**  
NIM 2018-11-576

# **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian**

Dwi Cahyaningrum

NIM 2018-11-576

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M

2. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian adalah tindakan individu secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang diperlukan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa yang diperlukan sebelum memutuskan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow di Kota Kudus secara parsial. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah konsumen yang membeli produk kecantikan Ms Glow di Kota Kudus. Sampel berjumlah 96 responden dan pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data variabel menggunakan metode angket atau *questionnaire*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji statistik t, uji simultan (uji f), dan uji determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow di Kota Kudus. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow di Kota Kudus. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow di Kota Kudus. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow di Kota Kudus

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

*The Effect of Promotion, Product Quality, Word Of Mouth and Brand Image on Purchasing Decisions*

Dwi Cahyaningrum

NIM 2018-11-576

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M

2. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

**UNIVERSITY MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ENCONOMICS AND BUSINESS PROGRAM STUDI  
MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*Purchasing decisions are individual actions directly or indirectly involved in obtaining and using a product or service needed before deciding to buy a product or service needed before deciding on a decision-making process first. The purpose of this study was to analyze the effect of promotion, quality product, word of mouth and brand image on purchasing decisions of Ms Glow in Kudus partially. The approach used in this research is a quantitative approach. The population is consumers who to buy beauty products from the Ms Glow in Kudus. The sample is 96 respondents and the sample is taken by accidental sampling. Variable data collection techniques using a questionnaire or questionnaire method. Data analysis, statistical t test, simultaneous test (f test), and determination test ( $R^2$ ). The results of the study show that promotion has no effect on purchasing decisions for Ms Glow in Kudus. Product quality has no effect on purchasing decisions for Ms Glow in Kudus. Word of mouth has a positive effect and significantly to the purchasing decisions for Ms Glow in Kudus. Brand image has a positive effect and significantly to the purchasing decisions for Ms Glow in Kudus.*

*Keywords : Promotions, Product Quality, Word Of Mouth, Brand Image, Purchase Decisions.*



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Pemasaran .....	13
2.2 Promosi .....	14
2.2.1 Pengertian Promosi.....	14
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi .....	18
2.2.3 Indikator Promosi .....	20
2.3 Kualitas Produk.....	22
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.3.2 Pengertian Produk.....	23
2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	24
2.3.4 Dimensi Kualitas Produk .....	25
2.3.5 Indikator Kualitas Produk .....	27

2.4	<i>Word Of Mouth</i> .....	28
2.4.1	Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	28
2.4.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i> .....	30
2.4.3	Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	31
2.5	<i>Brand Image</i> .....	32
2.5.1	Pengertian <i>Brand Image</i> .....	32
2.5.2	Indikator <i>Brand Image</i> .....	35
2.6	Keputusan Pembelian .....	37
2.6.1	Pengertian Perilaku Konsumen .....	37
2.6.2	Pengertian Keputusan Pembelian .....	38
2.6.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	38
2.6.4	Proses Pengambilan Keputusan.....	39
2.6.5	Indikator Keputusan Pembelian .....	42
2.7	Penelitian Terdahulu.....	43
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	47
2.9	Hipotesis .....	48
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>54</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	54
3.1.1	Variabel Penelitian .....	54
3.1.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	55
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	58
3.3	Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1	Populasi.....	59
3.3.2	Sampel.....	59
3.4	Pengumpulan Data .....	61
3.4.1	Metode Angket .....	61
3.5	Pengolahan Data.....	61
3.6	Analisis Data.....	63
3.6.1	Uji Instrumen.....	63
3.6.2	Deskriptif Statistik.....	64
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	64

3.6.4	Model Analisa Regresi Linier Berganda.....	66
3.6.5	Uji Hipotesis.....	67
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>69</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Ms Glow .....	69
4.1.1	Sejarah Perkembangan Ms Glow .....	69
4.1.2	Visi dan Misi Ms Glow.....	71
4.1.3	Produk Ms Glow.....	71
4.1.4	Akun Media Sosial .....	74
4.2	Deskriptif Statistik.....	74
4.2.1	Karakteristik Responden .....	74
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	76
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel.....	77
4.2.2.1	Promosi ( $X_1$ ) .....	77
4.2.2.2	Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	78
4.2.2.3	<i>Word Of Mouth</i> ( $X_3$ ).....	79
4.2.2.4	<i>Brand Image</i> ( $X_4$ ).....	80
4.3	Analisis Data.....	82
4.3.1	Uji Instrumen.....	82
4.3.1.1	Uji Validitas.....	82
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.3.2.1	Uji Normalitas.....	86
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.4	Model Analisa Regresi Linier Berganda .....	90
4.5	Uji Hipotesis .....	92
4.5.1	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statisti t).....	92
4.5.2	Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	94
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
4.6	Pembahasan.....	97

4.6.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.6.3	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	100
4.6.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	101
4.6.5	Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>104</b>
5.1	Kesimpulan .....	104
5.2	Keterbatasan.....	105
5.3	Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>108</b>



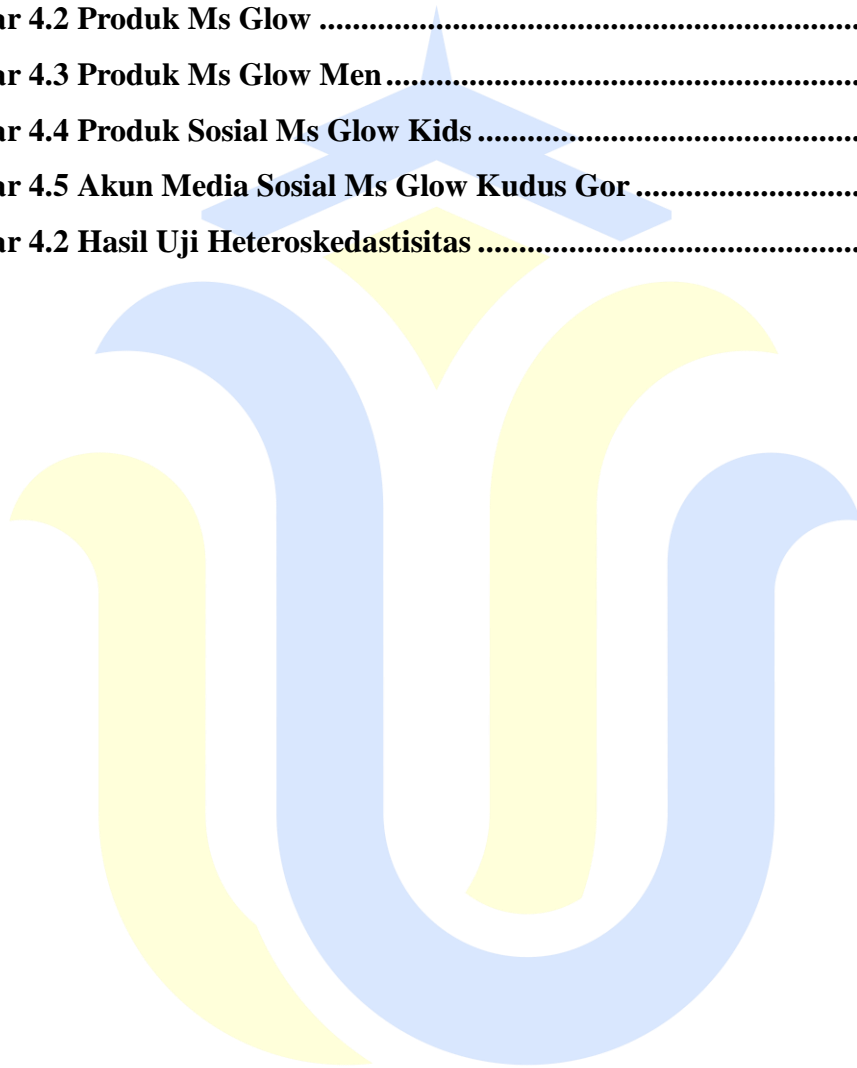
## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1 Top Brand Index Klinik Kecantikan/Perawatan Kulit .....	3
Tabel 1.2 Klinik Kecantikan di Kota Kudus .....	3
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	76
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Promosi (X <sub>1</sub> ).....	77
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X <sub>4</sub> ).....	80
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X <sub>1</sub> .....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel X <sub>2</sub> .....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Table 4.17 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> Setelah Transformasi Data.....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas .....	88
Tabel 4.19 Hasil Model Analisa Regresi Linier Berganda .....	90
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	93
Tabel 4.21 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	95
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	96

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1 Model Lima tahap Proses Membeli .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 4.1 Logo Ms Glow .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 4.2 Produk Ms Glow .....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 4.3 Produk Ms Glow Men .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.4 Produk Sosial Ms Glow Kids .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.5 Akun Media Sosial Ms Glow Kudus Gor .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>89</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	113
Lampiran 2 Identitas Responden .....	119
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner Promosi ( $X_1$ ) .....	126
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	129
Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Word Of Mouth</i> ( $X_3$ ) .....	132
Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_4$ ).....	135
Lampiran 7 Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	138
Lampiran 8 Uji Validitas dan Reliabilitas $X_1$ .....	141
Lampiran 9 Uji Validitas dan Reliabilitas $X_2$ .....	142
Lampiran 10 Uji Validitas dan Reliabilitas $X_3$ .....	143
Lampiran 11 Uji Validitas dan Reliabilitas $X_4$ .....	144
Lampiran 12 Uji Validitas dan Reliabilitas Y.....	146
Lampiran 13 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas .....	147
Lampiran 14 Uji Multikolonieritas .....	148
Lampiran 15 Uji Heteroskedastisitas .....	149
Lampiran 16 Analisa Regresi Linier Berganda.....	150
Lampiran 17 Uji Hipotesis Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	151
Lampiran 18 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	152
Lampiran 19 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	153