



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *E-WOM*
DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY
DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DIAJENG SITI NOR KHASANAH

NIM. 201911117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *E-WOM*
DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY
DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

DIAJENG SITI NOR KHASANAH

NIM. 201911117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

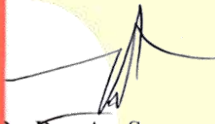
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *E-WOM* DAN
SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Nama : Diajeng Siti Nor Khasanah
NIM : 2019-11-117
Program Studi : Manajemen

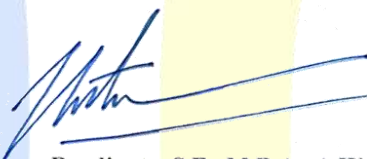
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

Pembimbing I


Dr. Drs. Ag. Sunarno H. M.M.)
NIDN. 8915210021

Pembimbing II


(Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V)
NIDN. 0619108502

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *E-WOM* DAN
SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Nama : Diajeng Siti Nor Khasanah
NIM : 2019-11-117
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I


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


(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, M.M.)
NIDN. 8915210021

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II


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


(Hutoomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V)
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. "Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya" (Q.S Al Baqarah: 286)
2. "Strive not to be a success, but rather to be of value."– Albert Einstein

Persembahan:

1. Keluarga besar yang selalu memberiku dukungan
2. Teman-teman seperjuangan
3. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, E-WOM DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK PIXY (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY DI RANIA BEAUTY KUDUS)"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Drs. Agustinus Sunarno Handoyo, M.M., selaku dosen pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., Q.W.M., C.B.V., dosen pembimbing II, yang juga memberikan arahan dan masukan berharga dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan bimbingannya selama masa studi.
7. Pimpinan dan segenap karyawan Rania Beauty Kudus yang telah memberikan izin dan dukungan selama penelitian ini berlangsung.
8. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, perhatian, dan dukungan tanpa henti.
9. Teman-teman yang selalu setia memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi selama penelitian ini berlangsung.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah berkontribusi dalam berbagai bentuk, baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Kudus, Januari 2025
Penulis

DIAJENG SITI NOR KHASANAH
NIM. 2019-11-117

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *E-WOM* DAN
SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Diajeng Siti Nor Khasanah
NIM. 2019-11-117

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Drs. Agustinus Sunarno Handoyo, M.M.
2. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, *E-WOM*, dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Pixy. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen Pixy di Rania Beauty Kudus. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pixy di Rania Beauty Kudus, 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pixy di Rania Beauty Kudus, 3) *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pixy di Rania Beauty Kudus, 4) *Sales promotion* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pixy di Rania Beauty Kudus, 5) Nilai Koefisien determinasi variabel keputusan pembelian sebesar 84,4%.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, *E-WOM*, *sales promotion*, keputusan pembelian

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, E-WOM DAN
SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK PIXY
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PIXY DI RANIA BEAUTY KUDUS)**

Diajeng Siti Nor Khasanah
NIM. 2019-11-117

Supervisor: 1. Dr. Drs. Agustinus Sunarno Handoyo, M.M.
2. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

**UNIVERSITY MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, E-WOM, and sales promotion on purchasing decisions on Pixy cosmetic products. This study involved 100 respondents who were Pixy consumers at Rania Beauty Kudus. The research data was obtained through a questionnaire distributed to respondents. Data analysis was carried out using linear regression with SPSS 26. The results of the study show that: 1) Brand image has a positive and significant effect on Pixy consumer purchase decisions at Rania Beauty Kudus, 2) Product quality has a positive and significant effect on Pixy consumer purchase decisions at Rania Beauty Kudus, 3) E-WOM has a positive and significant effect on Pixy consumer purchase decisions at Rania Beauty Kudus, 4) Sales promotion has no effect and is not significant on Pixy consumer purchase decisions at Rania Beauty Kudus, 5) The coefficient of determination for the purchase decision variable is 84,4%.

Keywords: *brand image, product quality, E-WOM, sales promotion, decision purchase*

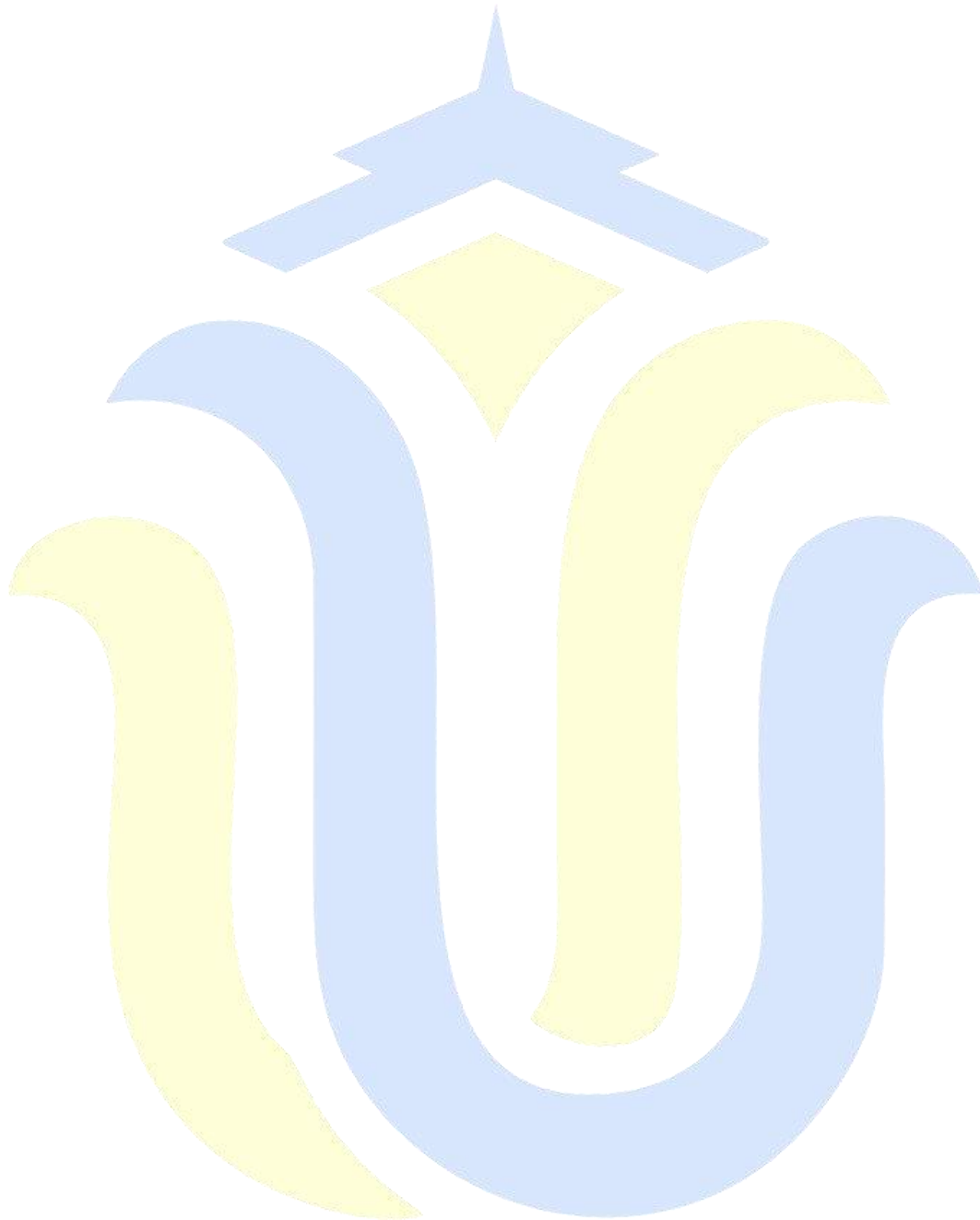
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HAAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Citra Merek	14
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.1.2 Indikator Citra Merek	15
2.2 Kualitas Produk.....	16
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	16
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.3 E-WOM.....	18
2.3.1 Pengertian <i>E-WOM</i>	18
2.3.2 Indikator <i>E-WOM</i>	20

2.4	Sales Promotion	21
2.4.1	Pengertian Sales Promotion.....	21
2.4.2	Indikator Sales Promotion	22
2.5	Keputusan Pembelian.....	23
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian	24
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6.3	Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.6.4	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.7	Penelitian Terdahulu	29
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.9	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Rancangan Penelitian.....	34
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.2.1	Variabel Penelitian	34
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1	Jenis Data.....	38
3.3.2	Sumber Data	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	39
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6	Pengelolaan Data	40
3.6.1	<i>Scoring</i>	41
3.6.2	<i>Editing</i>	41
3.6.3	<i>Entry Data</i>	41
3.6.4	<i>Tabulating</i>	41

3.7	Uji Instrumen	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	42
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.1	Uji Normalitas	43
3.8.2	Uji Multikolinieritas	43
3.9	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.10	Analisis Data	45
3.10.1	Analisis Regresi Linier Parsial.....	45
3.10.2	Uji t.....	46
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Singkat Produk Kosmetik Pixy	48
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	49
4.2	Karakteristik Responden.....	50
4.2.1	Usia.....	51
4.2.2	Pendidikan Terakhir Responden.....	51
4.2.3	Jumlah Pembelian.....	52
4.3	Penyajian Data	53
4.4	Analisis Data	59
4.4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.4.3	Analisis Kuantitatif.....	65
4.5	Pembahasan.....	70
4.5.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	71
4.5.3	Pengaruh <i>E-WOM</i> Kerja terhadap Keputusan Pembelian	73
4.5.4	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB V	PENUTUP.....	78
5.1	Kesimpulan	78

5.2 Saran-saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Produk Tahun 2023	4
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X_1)	53
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_2).....	54
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-WOM</i> (X_3)	55
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sales Promotion</i> (X_4)	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji t (Uji Parsial).....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023.....	3
Gambar 1. 2 <i>Review Produk Pixy</i>	6
Gambar 1. 3 Rincian Iklan Kosmetik 2020-2022.....	7
Gambar 1. 4 Rincian Iklan Kosmetik 2020-2022.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik Kurva <i>Normal P-P Plot</i>	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplot</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden	93
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	96
Lampiran 4 Hasil <i>Output</i> SPSS.....	105
Lampiran 5 R Tabel dan T Tabel	109
Lampiran 6 Surat Permohonan Izin Penelitian	112
Lampiran 7 Balasan Surat Izin Penelitian Rania Beauty	113
Lampiran 8 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian	114