



**PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ARDELIA KHANSA LATHIFA

202111033

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



**PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS**

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

Oleh:

ARDELIA KHANSA LATHIFA

202111033

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

PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS

Nama : Ardelia Khansa Lathifa
NIM : 202111033
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 4 Maret 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing


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


(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)
NIDN. 0614037104

PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS

Nama : Ardelia Khansa Lathifa
NIM : 202111033
Program Studi : Manajemen

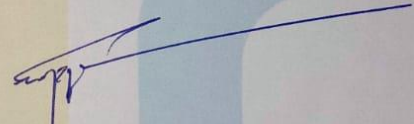
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 4 Maret 2025

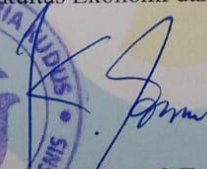
Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing


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


(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuanNya.”

(Al -Baqarah : 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Al-Insyirah : 6)

“Long story short, I survived”

(Taylor Swift)

“If you’re not ready now, you’ll never be ready”

(Dewi Sandra)

Persembahan :

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta
2. Kakek dan nenek
3. Almarhum kakak dan adik
4. Orang-orang terdekat dan terkasih
5. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahNya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu , tenaga , dan pikiran untuk memberikan semangat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan, pelayanan, dan kerja sama yang telah diberikan.

6. Responden pengguna produk Somethinc di Kota Kudus yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuisioner penelitian ini.
7. Orang tua tercinta, bapak Erwansyah dan ibu Erma yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dan doa yang tulus tiada henti serta selalu memberikan semangat penulis untuk terus belajar dan kuat menghadapi segala situasi sulit.
8. Kakek dan nenek tercinta yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu memberikan motivasi, doa, serta dukungan finansial selama masa kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Almarhum kakak tersayang, Ferdiansyah Rakha yang selalu menjadi panutan selama hidup dan sumber inspirasi dalam setiap langkah penulis.
10. Adik laki-laki, Abiyakta yang selalu membantu dan memberikan semangat tiada henti, serta menjadi penyemangat dalam setiap langkah penulis selama penyusunan skripsi ini.
11. Raditya selaku sahabat seperjuangan penulis yang selalu memberikan segala bentuk dukungan dan motivasi di berbagai situasi selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Teman seperjuangan Aisyah, Adilla, Vicky, Nova, Mareta, Ana yang selalu memberikan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal baik beliau diatas tersebut dan juga pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin.*

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kudus, 25 Januari 2025

Penulis



Ardelia Khansa Lathifa
NIM. 202111033

PENGARUH DUTA MEREK, CITRA MEREK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SOMETHINC DI KOTA KUDUS

ARDELIA KHANSA LATHIFA

202111033

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

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

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh duta merek, citra merek, *electronic word of mouth*, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen produk Somethinc di Kota Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden melalui teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS versi 26 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa duta merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. *Electronic word of mouth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Persepsi harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Duta merek, citra merek, *electronic word of mouth*, kualitas produk, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini akan berkontribusi pada penelitian mendatang mengenai minat beli konsumen dan penelitian lain yang terkait dengan strategi pemasaran khususnya pada produk kosmetik.

Kata Kunci : Duta Merek, Citra Merek, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli Konsumen

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM). PRODUCT QUALITY,
AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMER PURCHASE INTENTION
OF SOMETHINC PRODUCTS IN KUDUS CITY**

ARDELIA KHANSA LATHIFA

202111033

Lecture : Dr. Supriyono, S.E., M.M.

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

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of brand ambassador, brand image, electronic word of mouth, product quality, and price perception on consumer purchase intention for something products in Kudus City. This study adopts a quantitative approach. The sample was selected using a purposive sampling technique with a total of 60 respondents, and data collection was conducted through questionnaires. The data analyses technique employed in this research is multiple regression analyses using SPSS version 26 for windows. The results of this study indicate that brand ambassadors have a positive and insignificant effect on consumer purchase interest. Brand image has a positive and insignificant effect on consumer purchase interest. Electronic word of mouth has a negative and insignificant effect on consumer purchase interest. Product quality has a significant and significant effect on consumer purchase interest. Price perception has a significant and significant effect on consumer purchase interest. Brand ambassadors, brand image, electronic word of mouth, product quality, and price perception simultaneously have a significant and significant effect on consumer purchase interest. This research contributes to future studies on consumer purchase intention and other research related to marketing strategies, particularly in the cosmetic product sector.

Keywords : Brand Ambassador, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Price Perception, Consumer Purchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Perilaku Konsumen	17
2.2 Minat Beli Konsumen	18
2.2.1 Indikator Minat Beli Konsumen.....	19
2.3 Duta Merek.....	20
2.3.1 Indikator Duta Merek.....	21
2.4 Citra Merek	22
2.4.1 Indikator Citra Merek.....	24
2.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	25
2.5.1 Indikator <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	26
2.6 Kualitas Produk.....	27

2.6.1	Indikator Kualitas Produk	29
2.7	Persepsi Harga.....	30
2.7.1	Indikator Persepsi Harga	31
2.8	Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.8.1	Pengaruh Duta Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.....	32
2.8.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.....	33
2.8.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	34
2.8.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	35
2.8.5	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	36
2.8.6	Pengaruh Duta Merek, Citra Merek, <i>Electronic Word of Mouth</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	37
2.9	Penelitian Terdahulu	38
2.10	Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.11	Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Rancangan Penelitian.....	49
3.2	Variabel Penelitian.....	50
3.2.1	Jenis Variabel.....	50
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	54
3.4	Populasi dan Sampel	55
3.4.1	Populasi.....	55
3.4.2	Sampel.....	55
3.5	Pengumpulan Data	57
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	58
3.6.1	Uji Validitas	58
3.6.2	Uji Reliabilitas	59
3.7	Pengolahan Data.....	59
3.8	Analisis Data	61
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	63

3.8.3 Uji t	64
3.8.4 Uji F	64
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Sejarah Singkat Somethinc	66
4.1.2 Logo Somethinc	67
4.1.3 Visi dan Misi Somethinc.....	67
4.2 Penyajian Data.....	67
4.2.1 Identitas Responden	67
4.2.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	69
4.3 Analisis Data.....	75
4.3.1 Uji Validitas	75
4.3.2 Uji Reliabilitas	77
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.3.4 Regresi Linear Berganda.....	82
4.3.5 Uji t	84
4.3.6 Uji F	87
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
4.4 Pembahasan.....	89
4.4.1 Pengaruh Duta Merek terhadap Minat Beli Konsumen	89
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen.....	90
4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Konsumen ..	91
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen	92
4.4.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen	93
4.4.6 Pengaruh Duta Merek, Citra Merek, <i>Electronic Word of Mouth</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert 5.....	58
Tabel 3. 2 Kriteria Uji Autokorelasi (Uji Durbin Watson).....	63
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Berapa Kali Jumlah Pembelian Produk	69
Tabel 4.4 Deskripsi Hasil Penelitian Duta Merek	70
Tabel 4.5 Deskripsi Hasil Penelitian Citra Merek	71
Tabel 4.6 Deskripsi Hasil Penelitian Electronic Word of Mouth	72
Tabel 4.7 Deskripsi Hasil Penelitian Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.8 Deskripsi Hasil Penelitian Persepsi Harga.....	74
Tabel 4.9 Deskripsi Hasil Penelitian Minat Beli Konsumen	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi.....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Somethinc Tahun 2021.....	3
Gambar 1.2 Penjualan Tertinggi Brand Perawatan Kecantikan Tahun 2024	4
Gambar 1.3 Produk yang Membuat Masyarakat Teringat pada Selebriti Korea Selatan di Tahun 2022.....	6
Gambar 1.4 Ulasan Pengguna Produk Somethinc di Media Sosial	8
Gambar 1.5 Daftar Banding Harga Produk Terbaik Somethinc dan Wardah.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	47
Gambar 4.1 Logo Somethinc	67
Gambar 4.2 Uji Normalitas	78
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner	106
Lampiran 2 Bukti Form Responden.....	115
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuisisioner	119
Lampiran 4 Uji Validitas.....	121
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	125
Lampiran 6 Hasil Analisis Data	129
Lampiran 7 Tabel Durbin-Watson	133
Lampiran 8 Distribusi Ttabel Uji t.....	135
Lampiran 9 Distribusi Uji F	137
Lampiran 10 Tabel r.....	139