

**PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN
PURBASARI DI JAKARTA SELATAN.**

TUGAS AKHIR

HANIFAH RAHMAHWATI

213402516343



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN
PURBASARI DI JAKARTA SELATAN.**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

HANIFAH RAHMAHWATI
213402516343



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN


Penulis menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN
PURBASARI DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujuknya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat di periksa kebenarannya.

Jakarta,

2025



METERAN
TEMPEL
5287DAMX166195792

HANIFAH RAHMAHWATI

NPM: 213402516343

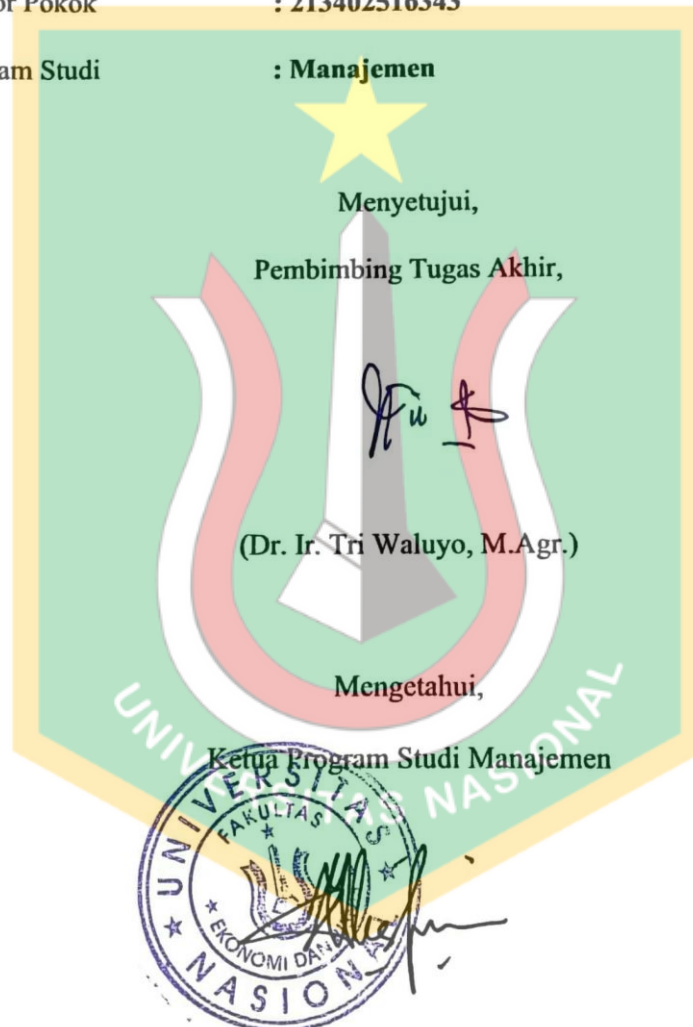
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN PURBASARI DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Hanifah Rahmahwati**

Nomor Pokok : **213402516343**

Program Studi : **Manajemen**



Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Jakarta 18 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN PURBASARI DI JAKARTA SELATAN**


Nama Mahasiswa : **Hanifah Rahmahwati**

Nomor Pokok : **213402516343**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima Dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji


(Dr. Eddy Guriano, S.E., M.Si, M)


(Olivia Yolanda, S.E., M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta: 7... Maret 2025

Tanggal Lulus: 4... Maret 2025

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, *E-WOM* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LULUR KECANTIKAN PURBASARI DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

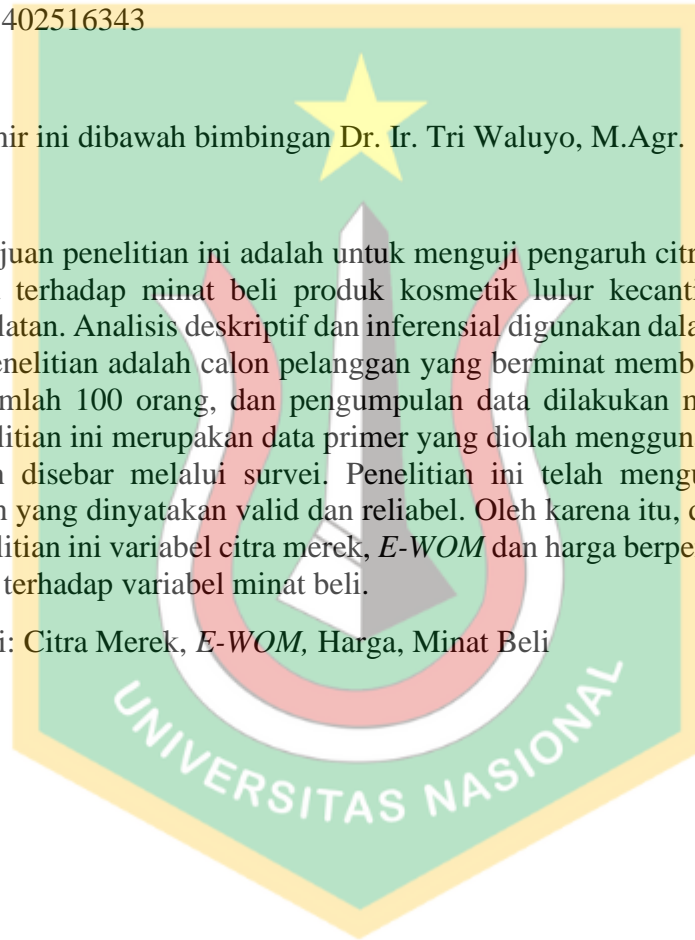
Hanifah Rahmahwati

NPM: 213402516343

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra merek, *E-WOM* dan harga terhadap minat beli produk kosmetik lulur kecantikan Purbasari di Jakarta Selatan. Analisis deskriptif dan inferensial digunakan dalam proses analisis. Subyek penelitian adalah calon pelanggan yang berminat membeli lulur purbasari dengan jumlah 100 orang, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Data penelitian ini merupakan data primer yang diolah menggunakan (SPSS) versi 23 setelah disebar melalui survei. Penelitian ini telah menguji terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid dan reliabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan pada penelitian ini variabel citra merek, *E-WOM* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli.

Kata kunci: Citra Merek, *E-WOM*, Harga, Minat Beli



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, E-WOM AND PRICE ON BUYING INTEREST IN PURBASARI BEAUTY SCRUB COSMETIC PRODUCTS IN SOUTH JAKARTA

By:

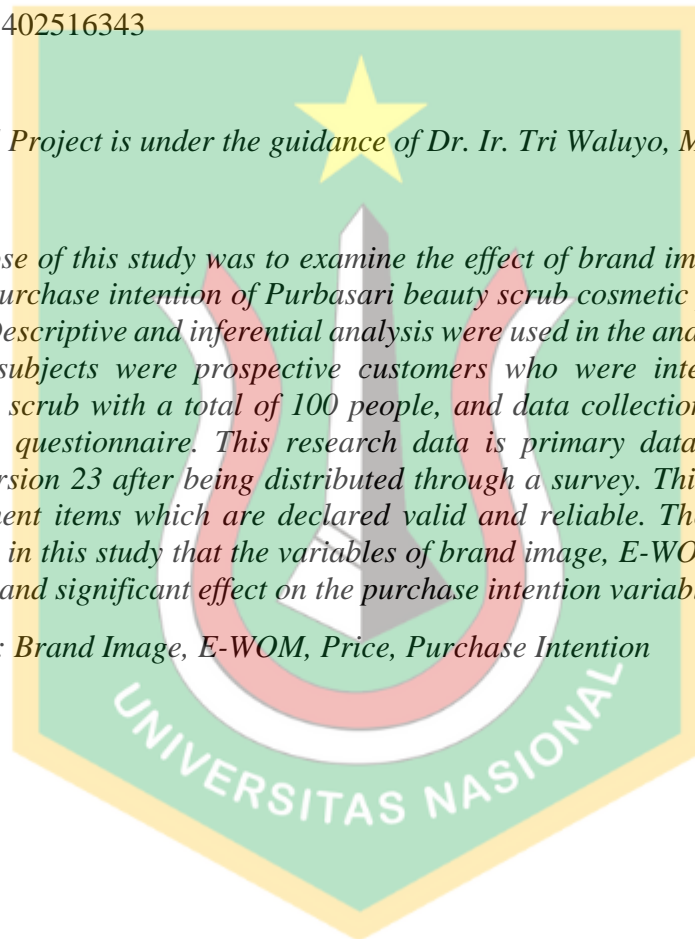
Hanifah Rahmahwati

NPM: 213402516343

This Final Project is under the guidance of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.

The purpose of this study was to examine the effect of brand image, E-WOM and price on purchase intention of Purbasari beauty scrub cosmetic products in South Jakarta. Descriptive and inferential analysis were used in the analysis process. The research subjects were prospective customers who were interested in buying Purbasari scrub with a total of 100 people, and data collection was carried out through a questionnaire. This research data is primary data processed using (SPSS) version 23 after being distributed through a survey. This study has tested the statement items which are declared valid and reliable. Therefore, it can be concluded in this study that the variables of brand image, E-WOM and price have a positive and significant effect on the purchase intention variable.

Keywords: Brand Image, E-WOM, Price, Purchase Intention



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan melimpahkan berkah, nikmat, anugerah serta karunia Nya yang tidak ada batasnya, karena atas petunjuk dan pertolongannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, *E-Wom* Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lulur Kecantikan Purbasari Di Jakarta Selatan”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam proses penulisan Skripsi ini, berbagai rintangan dan tantangan tidak bisa dihindari. Namun, dengan dukungan dari berbagai pihak, segala hambatan yang dihadapi dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr, selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dr. Muhani, S.E., M.Si.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta

menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

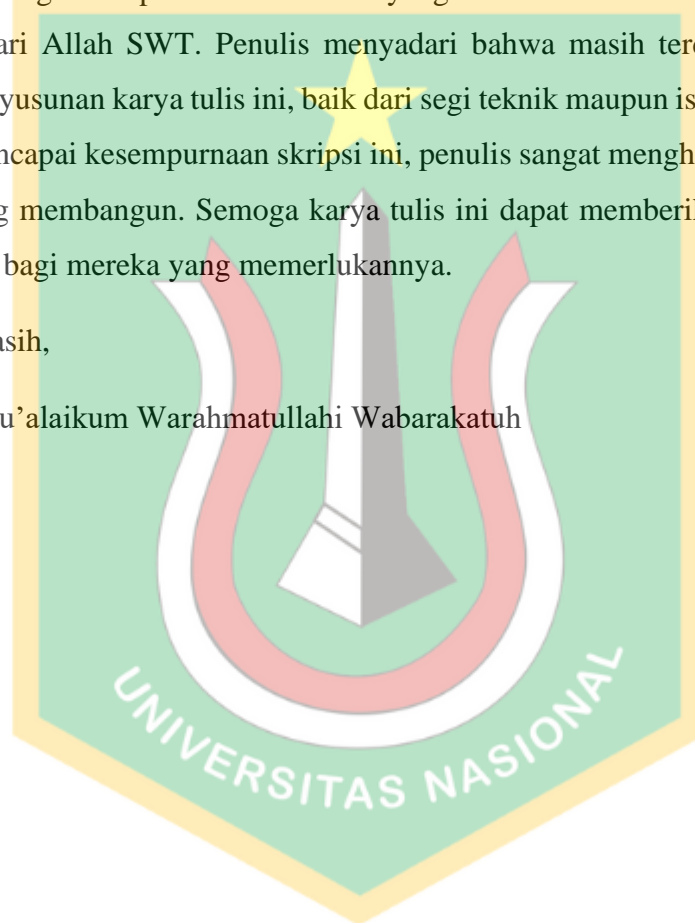
8. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Kedua orang tua, Almarhumah mamah tercinta, Toifah yang semasa hidup sampai sekarang selalu menjadi motivasi penulis karena kesabarannya yang sangat tinggi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sabar. *Love You Mom* dan Papah tersayang, Haryono yang selalu memberikan yang terbaik untuk penulis agar semasa hidupnya tercukupi. *Thank you for everything.*
10. Kakak tersayang, tercinta Herry Aprilian Saputra dan Hadhi Dharmaputra Julian yang selalu *support* apa yang menjadi kebutuhan penulis alias *sponsorship*, serta dukungannya agar penulis bisa menjadi orang yang sukses. Tidak lupa juga Kumilaela selaku kaka ipar yang *support* penulis.
11. Keponakan penulis yang menggemaskan, Faza Azima Saputra, Kaivan Mauza Saputra dan Aurora Ayesha Deena yang menjadi kebahagiaan penulis jika sedang *burnout*.
12. Tsuroyya Maulida Muhtar selaku sepupu seangkatan yang selalu ada buat penulis dari bayi hingga saat ini, juga sebagai teman curhat yang tak kenal waktu.
13. Mohammad Galih Saputra sebagai kekasih saya yang selalu membantu dan selalu ada dikala penulis sedang merasa kerumitan dalam hidupnya, serta memberikan semangat yang tiada henti kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
14. Grup Pretty Gurls, Berkah Production dan Happy Kiyowok yang selalu membantu penulis, dan selalu ada sebagai teman diskusi.
15. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
16. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2020 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, memberi motivasi, dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.

17. Serta semua yang telah memberikan bantuan dengan semangat yang tak terhingga kepada penulis, walaupun tidak dapat disebutkan satu per satu, diharapkan mendapat balasan yang baik dari Allah SWT atas kebaikan mereka.
18. Terakhir, kepada saya sendiri sebagai penulis Hanifah Rahmahwati yang sudah bekerja keras mengembangkan diri agar lebih baik, melakukan apa yang diinginkan, dan berani mencoba dan tidak takut akan kegagalan. *I am proud of myself.*

Semoga setiap bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat ganjaran berlipat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan karya tulis ini, baik dari segi teknik maupun isi pembahasannya. Untuk mencapai kesempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi mereka yang memerlukannya.

Terima Kasih,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Penulis,

Hanifah Rahmahwati

213402516343

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
2. Minat Beli	11
3. Citra Merek	12
4. <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	13
5. Harga.....	16
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.	18
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	18
2. Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Minat Beli.....	18
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	19
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	20
D. Kerangka Analisis.....	23
E. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian.....	26
B. Data Penelitian	26

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
D. Metode Analisis.....	31
E. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Penelitian	37
1. Deskripsi Data Penelitian	37
2. Karakteristik Responden	39
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	43
B. Pembahasan	57
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lulur Kecantikan Purbasari di Jakarta Selatan.	57
2. Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lulur Kecantikan Purbasari di Jakarta Selatan.	58
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lulur Kecantikan Purbasari di Jakarta Selatan.	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Komparasi Brand Index Kategori Perawatan Pribadi	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4. 5 Skala Likert	43
Tabel 4. 6 Rata-Rata Skor Mean Citra Merek (X1)	44
Tabel 4. 7 Rata-Rata Skor Mean E-WOM (X2)	45
Tabel 4. 8 Rata-Rata Skor Mean Harga (X3).....	46
Tabel 4. 9 Rata-Rata Skor Mean Minat Beli (Y)	47
Tabel 4. 10 Validitas Variabel	48
Tabel 4. 11 Reliabilitas Variabel.....	49
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 14 Uji Heterokedestisitas	51
Tabel 4. 15 Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4. 17 Uji F	55
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
Tabel 4. 19 Uji t	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4. 1 Produk Lulur Purbasari	38
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41
Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Responden 1	lxxiii
Lampiran 2: Data Tabulasi 1	lxxvii
Lampiran 3: Output SPSS 1	lxxix
Lampiran 4: Logbook 1	lxxxiv
Lampiran 5: Hasil Turnitin 1	lxxxv

