

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE
WARDAH DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Anisa Fitriyani
213402516288



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE
WARDAH DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh :

Anisa Fitriyani

213402516288



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE WARDAH DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 18 Februari 2025



Anisa Fitriyani

NPM: 21340251628

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

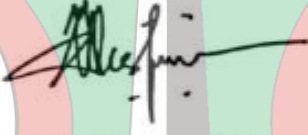
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND TRUST, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE WARDAH DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Anisa Fitriyani**

Nomor Pokok : **213402516288**

Program Studi : **Manajemen**

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**


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

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen**


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

Jakarta, 18 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND TRUST, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE WARDAH DI JAKARTA SELATAN**

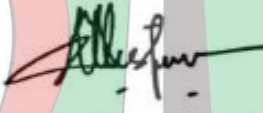
Nama Mahasiswa : **Anisa Fitriyani**

Nomor Pokok : **213402516288**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


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


Ketua Penguji,


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

Anggota/Penguji,


(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Mengetahui
Dekan,


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



Jakarta: 5 Maret 2025

Tanggal Lulus: 21 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE WARDAH DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Anisa Fitriyani

NPM: 213402516288

Tugas akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand Trust*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk Lipstik Matte Wardah di Jakarta Selatan. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada 96 pengguna produk Lipstik Matte Wardah di Jakarta Selatan. Teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 26.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, *brand Trust*, dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lipstik Matte Wardah di Jakarta Selatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan Wardah dalam meningkatkan kualitas produk, membangun kepercayaan merek yang kuat, dan memanfaatkan *Word of Mouth* secara efektif. Bagi konsumen, hasil ini diharapkan membantu mereka dalam memperoleh produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan, sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Trust*, *Word of Mount*, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

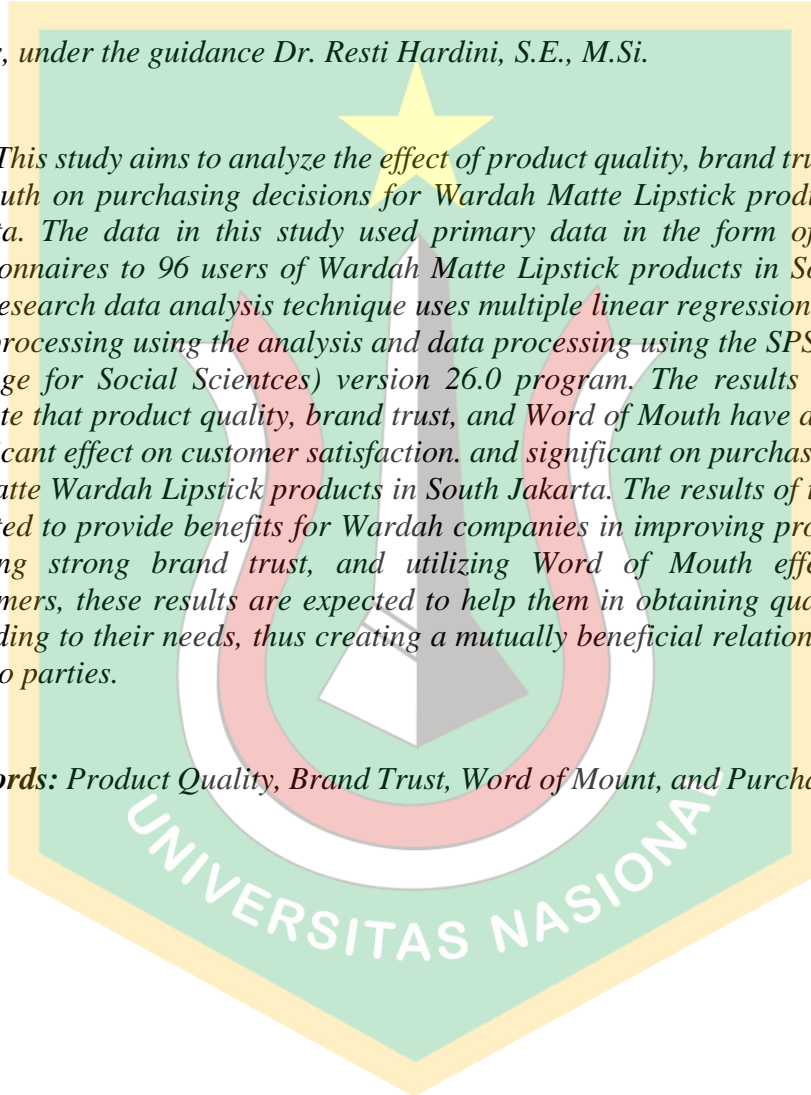
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MATTE WARDAH DI JAKARTA SELATAN

By:
Anisa Fitriyani
Npm: 213402516288

Thesis, under the guidance Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This study aims to analyze the effect of product quality, brand trust, and Word of Mouth on purchasing decisions for Wardah Matte Lipstick products in South Jakarta. The data in this study used primary data in the form of distributing questionnaires to 96 users of Wardah Matte Lipstick products in South Jakarta. This research data analysis technique uses multiple linear regression analysis and data processing using the analysis and data processing using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 26.0 program. The results in this study indicate that product quality, brand trust, and Word of Mouth have a positive and significant effect on customer satisfaction. and significant on purchasing decisions for Matte Wardah Lipstick products in South Jakarta. The results of this study are expected to provide benefits for Wardah companies in improving product quality, building strong brand trust, and utilizing Word of Mouth effectively. For consumers, these results are expected to help them in obtaining quality products according to their needs, thus creating a mutually beneficial relationship between the two parties.

Keywords: *Product Quality, Brand Trust, Word of Mout, and Purchasing Decisio*



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Matte Wardah Di Jakarta Selatan”** dengan baik. Tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis tentu saja menghadapi masalah teknis dan lainnya saat menyusun tugas akhir ini. Namun, tantangan tersebut dapat diatasi dengan baik berkat dukungan, kerjasama, dorongan, semangat, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rendah hati, kasih sayang, dan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., 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 serta selaku Dosen Pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Ibu Atsari Sujud, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
9. Ibu Tasringah dan Ibu Mundiroh selaku orang tua penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, kasih sayang, serta doa yang tulus dan telah bekerja keras untuk memberikan dukungan materil sehingga penulis diberi kemudahan untuk melaksanakan serta menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
10. Rini Astriyani, Bryns Safana Almahiya, Bryan Zhafran Alhanan dan Nur Wahidin selaku keluarga penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang tulus saat penulis sedang mengerjakan tugas akhir ini.
11. Nurul Qomaria, Calista Junu Riana Gulo, Afifah Aulia Permata Sari, Fera Sanuria Putri, Putri Rismawati dan Falia Fuji selaku sahabat penulis yang selalu menemani penulis dari awal hingga saat ini dan selalu sabar membantu serta memberikan dukungan saat penulis sedang dalam keadaan sulit.
12. Fachrisa, Piya dan Noviana yang lainnya selaku teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung serta saling membantu untuk berproses bersama-sama.
13. Para staf pendaftaran mahasiswa baru yang senantiasa membantu dalam penulisan dan memberikan dukungan dalam mengerjakan tugas akhir ini.
14. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional angkatan 2020 yang telah berjuang bersama serta saling berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, dan informasi selama penulis menjalani perkuliahan.
15. Para responden yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.

Demikian, semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala masukan baik kritik maupun saran yang dapat membangun demi kesempurnaan penulisan tugas akhir ini menjadi lebih baik. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ilmu yang lebih baik nantinya.



Jakarta, 18 Februari 2025

Anisa Fitriyani
213402516288

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)
HALAMAN SAMPUL (DALAM)
LEMBAR PERNYATAAN
LEMBAR PERSETUJUAN
LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2. Bauran Pemasaran	7
3. Kualitas Produk	9
4. Brand Trust	11
5. Word of mouth	14
6. Keputusan Pembelian	17
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	21
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2. Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian	21
3. Pengaruh Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian	22
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	22
D. Kerangka Analisis	25

E. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27
B. Data Penelitian.....	27
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	27
2. Populasi dan Sampel.....	27
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	29
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	31
1. Metode Analisis.....	31
2. Uji Instrumen.....	31
3. Uji Asumsi Klasik	32
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
5. Uji Kelayakan Model	34
6. Uji Hipotesis (Uji t).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Data Penelitian	36
2. Karakteristik Responden	38
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	45
B. Pembahasan	56
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	56
2. Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian	57
3. Pengaruh Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Lipstik Periode 2020-2024.....	2
Tabel 1. 2 Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Interval.....	29
Tabel 3. 4 Definisi Operasional.....	30
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4. 8 Total Skor Mean Kualitas Produk (X1)	42
Tabel 4. 9 Total Skor Mean Brand Trust (X2)	43
Tabel 4. 10 Total Skor Mean <i>Word of mouth</i> (X3)	44
Tabel 4. 11 Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1), Brand Trust (X2), <i>Word of mouth</i> (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4. 14 Output Uji Normalitas	48
Tabel 4. 15 Output Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 16 Output Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 17 Output Uji Autokorelasi	51
Tabel 4. 18 Output Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4. 19 Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
Tabel 1. 21 Uji Hipotesis (Uji t).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Gambar 4. 5 Scaterplot Spearman	49
Gambar 4. 6 Scatterplot.....	51

