

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MERK,  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKE OVER DI  
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh:**

**Widi Indah Saptayani**

**193402516145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MERK, *ELECTRONIC WORD*  
*OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK MAKE OVER DI JAKARTA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional

**Oleh:**

**Widi Indah Saptayani**

**193402516145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

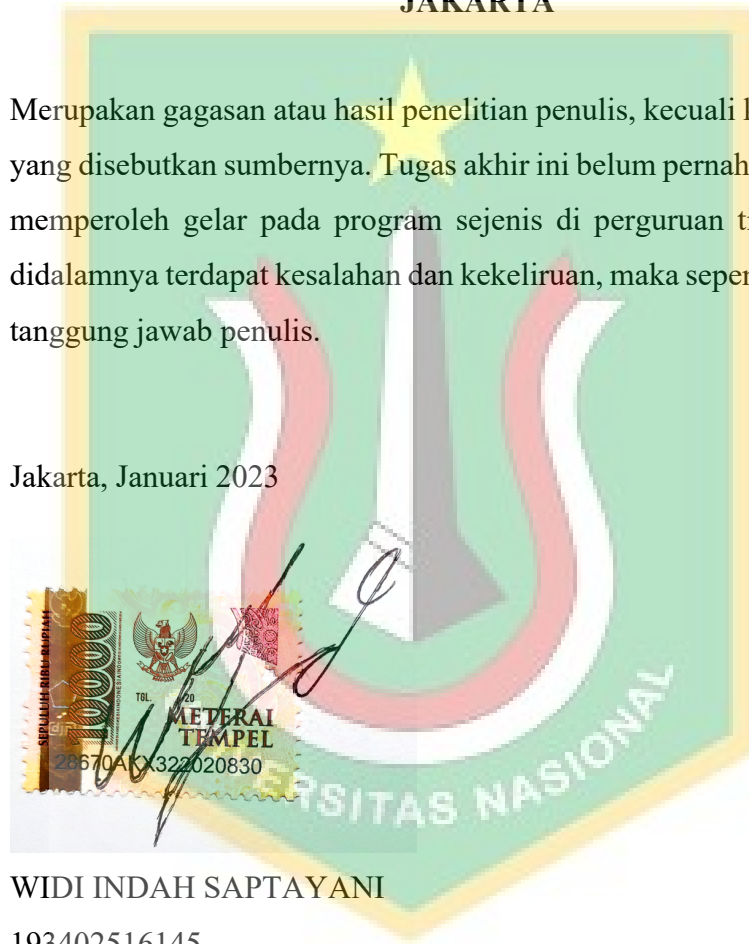
## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MERK,  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKE OVER DI  
JAKARTA**

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

Jakarta, Januari 2023



WIDI INDAH SAPTAYANI

193402516145

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MERK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKE OVER DI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **WIDI INDAH SAPTAYANI**  
Nomor Pokok : **193402516145**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Muhani, SE., M.Si.M.)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen,

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

Jakarta: 23 November 2022

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK CITRA  
MERK, *ELECTONIC WORD OF MOUTH*,  
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK MAKE OVER DI  
JAKARTA**

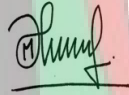
Nama Mahasiswa : **WIDI INDAH SAPTAYANI**

Nomor Pokok : **193402516145**

Program Studi : **MANAJEMEN**

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

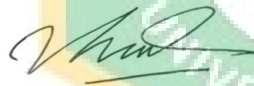
**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Dr. Muhani, SE., M.Si.M.)

**Ketua Penguji**

**Anggota/Penguji**



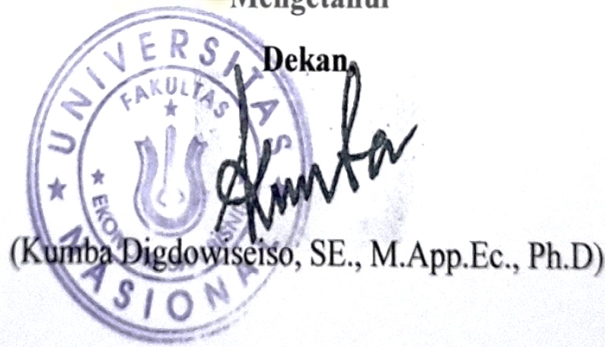
(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)



(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

**Mengetahui**

**Dekan**



(Kumba Digidowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta: 2023

Tanggal Lulus: 2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MERK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKE OVER DI JAKARTA**

Oleh :Widi Indah Saptayani

NPM : 193402516145

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Muhani S.E., M.Si.M.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merk, *e-wom*, dan *brand awareness* terhadap minat beli produk Make Over di Jakarta. Pada hasil penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner yang telah didistribusikan pada 100 masyarakat di wilayah Jakarta dengan metode analisis deskriptif dan inferensial pada software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 26 version 32 dan Ms. Office Excel dan data sekunder berupa deskripsi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli produk Make Over di Jakarta, variabel citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli produk Make Over di Jakarta, variabel *e-wom* tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli produk Make Over di Jakarta, dan variabel *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli produk Make Over di Jakarta. Variabel *brand awareness* adalah variabel yang memiliki kontribusi paling besar dalam meningkatkan minat beli produk Make Over di Jakarta.

Kata kunci : kualitas produk, citra merk, *e-wom*, *brand awareness*, minat beli

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, AND BRAND AWARENESS ON INTENTION TO BUY MAKE OVER PRODUCTS IN JAKARTA***

By :Widi Indah Saptayani

NPM : 193402516145

*Final Project under the guidance of Dr. Muhani SE., M.Si.M.*

*This study aims to determine and analyze the effect of product quality, brand image, e-wom, and brand awareness on the intention to buy make over products in Jakarta. The results of this study used primary data in the form of questionnaires that were distributed to 100 people in the Jakarta area using descriptive and inferential analysis methods on SPSS (Statistical Package for Social Science) 26 version 32 and Ms. Office Excel and secondary data in the form of company descriptions. The results of this study indicate that the variable product quality has a positive and significant effect on the interest in buying Make Over products in Jakarta, the brand image variable has a positive and significant effect on the interest in buying Make Over products in Jakarta, the e wom variable has no effect on the intention to buy Make Over products. Over in Jakarta, and the variable brand awareness has a positive and significant effect on the variable interest in buying Make Over products in Jakarta. The brand awareness variable is the variable that has the greatest contribution in increasing interest in buying Make Over products in Jakarta.*

*Keywords: product quality, brand image, e-wom, brand awareness, purchase intention*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Widi Indah Saptayani

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 21 Tahun

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 16 Juni 2001

Agama : Islam

Email : widisaptayani78@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

2007 – 2013 : SDN Cilandak Barat 08 Pagi

2013 – 2016 : SMPN 37 Jakarta

2016 – 2019 : SMA Bakti Idhata Jakarta

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebanar – benarnya.

Jakarta, 04 Februari 2023



Widi Indah Saptayani



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, *Electronic Word Of Mouth*, dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Make Over di Jakarta”. Tugas Akhir ini disusun bertujuan untuk menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Namun berkat dukungan dan bantuandari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis senantiasa bisa mengerjakan Tugas Akhir ini hingga akhir.
2. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan FakultasEkonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
6. Ibu Dr. Muhani, SE., M.Si.M. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir peneliti yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta berkenan memberikan arahan dan membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan

7. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis – UNAS yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terimakasih penulis sebagai mahasiswa atas ilmu yang diberikan
8. Seluruh staff sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terimakasih peneliti sebagai mahasiswa.
9. Kepada orang tua penulis bapak Kasih Wiroso Edy dan ibu Dewi Mulyani yang tiada hentinya mendoakan dan selalu memberi dukungan secara finansial maupun motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
10. Kepada Anis Rahmawati, Irma Priyanka Daniswara, dan Wahyu Nanda Putri yang selalu memberikan dukungan dan membantu secara langsung dan tidak langsung dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Kepada diri sendiri yang telah berjuang dan tidak menyerah dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah sabar dan kuat dalam menghadapi hal-hal yang tak terduga serta selalu berpikiran positif.

Demikianlah, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan tugas akhir ini terdapat banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya menyempurnakan sehingga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 29 Januari 2023  
Penulis



Widi Indah Saptayani

## DAFTAR ISI

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
COVER	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
B. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	7
C. Teori Perilaku Konsumen.....	8
D. Minat Beli.....	9
E. Kualitas Produk.....	11
F. Citra Merk.....	13
G. E-WOM.....	15
H. Brand Awareness.....	16
I. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	18
J. Keterkaitan Antar Variabel.....	21
K. Kerangka Analisis.....	23
L. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25

A. Objek Penelitian .....	25
B. Data Penelitian .....	25
C. Definisi Operasional Variabel .....	28
D. Metode Analisis.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Hasil Penelitian .....	35
B. Pembahasan.....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Kosmetik yang Digunakan di Indonesia pada Tahun 2022.....	2
Gambar 1. 2 Kosmetik yang Digunakan di Indonesia pada Tahun 2021.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis .....	23
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	38
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	39
Gambar 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden .....	40



## DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Skala Penelitian.....	27
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	39
Tabel 4. 4 Standar Deviation dan Mean Kualitas Produk (X1) .....	40
Tabel 4. 5 Standar Deviation dan Mean Citra Merk (X2).....	41
Tabel 4. 6 Standar Deviation dan Mean <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X3) .....	42
Tabel 4. 7 Standar Deviation dan Mean <i>Brand Awareness</i> (X4).....	42
Tabel 4. 8 Standar Deviation dan Mean Minat Beli (Y) .....	43
Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda .....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas .....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	47
Tabel 4. 15 Tabel Uji F .....	48
Tabel 4. 16 tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
Tabel 4. 17 Hasil Uji t.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	61
Lampiran 2 Tabulasi Tanggapan Responden.....	66
Lampiran 3 Data Output SPSS.....	81
Lampiran 4 Tabel r.....	84
Lampiran 5 Tabel DW .....	85
Lampiran 6 Tabel t.....	86
Lampiran 7 Tabel f.....	87

