

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HAND AND BODY LOTION MARINA DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

SHAKIRA MAHARANI

213402516367



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2025

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN ELECTRONIC
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HAND AND BODY LOTION MARINA DI JAKARTA SELATAN**

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

Disusun oleh:

SHAKIRA MAHARANI

213402516367



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK HAND AND BODY LOTION* MARINA DI JAKARTA SELATAN

Ialah 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, Februari 2025



SHAKIRA MAHARANI

213402516367

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK HAND AND BODY LOTION* MARINA DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **SHAKIRA MAHARANI**

Nomor Pokok Mahasiswa : **213402516367**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 18 Februari 2025

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRODUK HAND AND BODY LOTION* MARINA DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **SHAKIRA MAHARANI**

Nomor Pokok : **213402516367**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, Maret 2025

Tanggal Lulus: Maret 2025

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND AND BODY LOTION* MARINA DI JAKARTA SELATAN

Oleh: Shakira Maharani

NPM: 213402516367

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh *brand image*, kualitas produk, serta *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Marina Hand and Body Lotion di wilayah Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner terhadap 100 responden pengguna Marina Hand and Body Lotion Jakarta Selatan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan diolah dengan software IBM SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk, serta *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Marina Hand and Body Lotion di Jakarta Selatan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi merek Hand and Body Lotion Marina dalam memahami serta memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga pada akhirnya mendorong minat konsumen untuk lebih tertarik dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE DECISION TO PURCHASE HAND AND BODY LOTION MARINA PRODUCTS IN SELATAN JAKARTA

By: Shakira Maharani

NPM: 213402516367

Final Project, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

This goal of this research is to determine how brand image, product quality, and electronic word of mouth impact Marina Hand and Body Lotion purchasing decisions in South Jakarta. The primary data for this research were obtained from questionnaires distributed to 100 respondents in South Jakarta regarding their use of Marina Hand and Body Lotion. The data were analyzed using multiple linear regression analysis and processed via IBM SPSS 25.0 software. The study's finding indicates that brand image, product quality, and electronic word of mouth all have positive and significant impact on Marina Hand and Body Lotion purchasing decisions in South Jakarta. The study's findings are expected to assist Marina and Body Lotion better fulfill and comprehend consumer requests in the future, resulting in continued interest in their products.

Keywords: *Brand Image, Quality Product, Electronic Word of Mouth and Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kegunaan Penelitian	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Manajemen Pemasaran	6
1. Pemasaran	6
2. Manajemen Pemasaran	6
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	7
4. Bauran Pemasaran.....	7
6. Brand Image.....	11
7. Kualitas Produk.....	13
8. <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
B. Keterkaitan antar variabel Penelitian	17
1. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	17
2. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	17
3. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian.....	18
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	18
D. Kerangka Analisis.....	22
E. Hipotesis	23

BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian.....	24
B. Data Penelitian.....	24
1. Sumber Data dan Jenis Data	24
2. Populasi dan Sampel.....	25
C. Jenis Variabel yang digunakan	27
D. Definisi Operasional	27
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1. Metode Analisis	29
2. Uji Instrumen	30
3. Uji Asumsi Klasik.....	31
F. Uji Kelayakan Model.....	33
1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	33
2. Uji-F.....	33
G. Pengujian Hipotesis	34
1. Uji Signifikan Individual (Uji t).....	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Deskriptif Data Penelitian.....	35
2. Karakteristik Responden.....	35
a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
b. Klasifikasi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
c. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	39
a. Analisis Deskriptif	39
1) Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	39
2) Analisis Data Deskriptif Kualitas Produk	40
3) Analisis Data Deskriptif Electronic Word of Mouth (X_3)	41
4) Analisis Data Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	42
b. Pengujian Instrumen Penelitian	43
1) Uji Validitas.....	43
a) Brand Image (X1)	44

b)	Kualitas Produk (X2).....	44
c)	<i>Electronic Word of Mouth</i> (X3).....	45
d)	Keputusan Pembelian (Y).....	46
2)	Uji Reliabilitas	46
c.	Uji Asumsi Klasik.....	47
1)	Uji Normalitas.....	47
2)	Uji Multikolinieritas	48
3)	Uji Heterokedastisitas	49
4)	Uji Autokorelasi.....	50
d.	Uji Inferensial	51
1)	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
e.	Uji Kelayakan Model.....	52
1)	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	52
2)	Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	52
f.	Pengujian Hipotesis	53
1)	Uji Signifikan Individual (Uji-t).....	53
B.	Pembahasan	55
1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	56
3.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
A.	Kesimpulan.....	59
B.	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TOP Brand Index Hand Body Lotion 2019-2023	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	18
Tabel 3.1 Penentuan Skor Skala Likert	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4 Instrumen Skala Likert	39
Tabel 4.5 Total Skor Mean Brand Image (X_1)	40
Tabel 4.6 Total Skor Kualitas Produk (X_2)	41
Tabel 4.7 Total Skor Electronic Word of Mouth (X_3)	41
Tabel 4.8 Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Brand Image (X_1)	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_2)	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth (X_3)	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	47
Tabel 4.14 Output Uji Normalitas	48
Tabel 4.15 Output Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.16 Output Uji Glesjer	50
Tabel 4.17 Output Uji Autokorelasi	50

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.19 Output Koefisien Determinasi (R ²)	52
Tabel 4.20 Output Uji-F	53
Tabel 4.21 Output Uji-t	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	22
Gambar 4.1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.2 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Usia	37
Gambar 4.3 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	38

