

“PENGARUH PRESEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW* (Studi Kasus Pada Pelanggan *MS Glow Aesthetic Clinic* Bintaro Tangerang)”

SKRIPSI



Nama : Rizky Rismawati

NIM : 43118010293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

“PENGARUH PRESEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW* (Studi Kasus Pada Pelanggan *MS Glow Aesthetic Clinic* Bintaro Tangerang)”

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Rizky Rismawati

NIM : 43118010293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Rismawati

NIM 43118010293

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat(penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Oktober 202



Rizky Rismawati

NIM 43118010293

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rizky Rismawati
NIM : 43118010293
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PRESEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OFMOUTH* (e-WOM) DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MS GLOW
(Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Aesthetic Clinic BintaroTangerang)
Tanggal Sidang : 1 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Prof. Dr. Ir Arissetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10221640



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Presepsi Harga, *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow *Aesthetic Clinic* Bintaro)”. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.**

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi terlaksana berkat bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah. M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Sukamto dan Ibu Hartini serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan material maupun moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak motivasi untuk

terus menimba ilmu.

6. Terima kasih kepada Tulus Indriyanto yang terus menemani, membantu, mengingatkan dalam penulisan ini.
7. Teman seperjuangan penulis Adam Febryan Izza. A, Rifaldy Saputra, Itoh Mardianti dan Kresna Wijaya, yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis..
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 2018 dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusandan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 1 Oktober 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Rizky Rismawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Penelitian	1
B.Rumusan Masalah.....	12
C.Tujuan Penelitian.....	12
D.Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A.Kajian Pustaka.....	14
1.Manajemen Pemasaran.....	14
2.Perilaku Konsumen.....	16
3.Presepsi Harga	18
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (Getok Tular)	20
5.Brand Image (Citra Merek).....	24
6.Keputusan Pembelian.....	29
7.Penelitian Terdahulu.....	32
B.PENGEMBANGAN HIPOTESIS	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A.Waktu dan Tempat Penelitian	46
B.Desain Penelitian.....	46
C.Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	47
D.Skala Pengukuran.....	49
E.Populasi dan Sampel Penelitian	51
1.Populasi Penelitian.....	51
2.Sampel Penelitian.....	52
F.Metode Pengumpulan Data.....	54
G.Metode Analisis Data.....	54

1 Analisis Deskriptif.....	54
2 Uji Validitas.....	55
3 Uji Reliabilitas.....	56
4 Uji Asumsi Klasik.....	57
5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
H. Pengujian Hipotesis.....	59
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
2. Uji t (Uji Parsial).....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Analisa Deskriptif.....	62
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
2. Deskriptif Responden.....	65
3. Deskriptif Variabel.....	68
B. Uji Instrumen Penelitian.....	74
1. Uji Validitas.....	74
2. Uji Reliabilitas.....	76
C. Hasil Analisis Data (Uji Asumsi Klasik).....	77
1. Uji Normalitas.....	77
2. Uji Multikolinieritas.....	79
3. Uji Heteroskedasitas.....	80
D. Uji Regresi Linear Berganda.....	81
E. Pengujian Hipotesis.....	82
1. Uji koefisien Determinasi (R^2).....	82
F. Pembahasan hasil penelitian.....	84
1. Pengaruh Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	84
2. Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	85
3. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Award.....	7
Tabel 1.2	Data Pra Survey Keputusan Pembelian	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Penentuan Variabel Independen dan Variabel Dependen.....	49
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.3	Skala Likert.....	51
Tabel 4.1	Katalog dan Harga Produk MS Glow	64
Tabel 4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.4	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	66
Tabel 4.5	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	67
Tabel 4.6	Skala Mean.....	68
Tabel 4.7	Variabel Presepsi Harga.....	69
Tabel 4.8	Variabel Elecetronic Word of Mouth (e-WOM).....	70
Tabel 4.9	Variabel Brand Image.....	72
Tabel 4.10	Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.11	Uji Validitas	75
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.13	Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.14	Uji Multikolineritas.....	79
Tabel 4.15	Uji Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi (R2)	82
Tabel 4.17	Hasil Uji T (Parsial).....	83

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
Gambar1.1	Peningkatan Penjualan Produk Skincare Setiap Tahun.....	2
Gambar1.2	Angka Penjualan dari Brand Skincare Lokal	4
Gambar1.3	Data Penjualan MS Glow Bulan Juli 2021.....	6
Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1	Logo SkinCare MS Glow	63
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas.....	78
Gambar 4.3	Uji Heteroskedasitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	94
2	Jawaban Responden	97
3	Deskriptif Responden	107
4	Deskriptif Variabel.....	108
5	Hasil Uji Model Pengukuran.....	112

