

**PENGARUH PERSEPSI HARGA , *BRAND IMAGE*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND & BODY LOTION*
NIVEA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

SISILIA DIKA VIRGINIA

202304006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS JENEDERAL ACHMAD YANI

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN *ELECTRONIC*
***WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
PRODUK *HAND & BODY LOTION* NIVEA

Diajukan oleh

SISILIA DIKA VIRGINIA

202304006

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal : 14 Agustus 20204

Mengesahkan

Penguji 1



(Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M.)
NIDN. 0502026802

Penguji 2



(Rizki Wahyuning Damayanti, S.E., M.Sc.)
NIDN. 0528059801

Pembimbing



(Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.)
NIDN. 0519029002

Ketua Program Studi




(Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.)
NIDN.0506098101

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Sisilia Dika Virginia

NPM : 202304006

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga, Dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand and Body Lotion Nivea*.

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkat yang dikutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan Ilmiah.

Dengan demikian Surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 14 Agustus 2024



Sisilia Dika Virginia

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala berkah dan petunjuk-Nya yang telah mengantarkan penulis menyelesaikan proposal skripsi ini, dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Presepsi Harga dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen *Hand & Body Lotion Nivea*)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjan (S-1) di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. rer. nat. apt. Triana Hertiani, S. Si., M. Si., selaku Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Bapak Edhy Tri Cahyono, S. Si., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial (FES)
3. Bapak Adi Heryadi, S. Psi., M. Psi. Psikolog, selaku Wakil Dekan Akademik FES.
4. Ibu Murwani Eko Astuti S.E., MBA., selaku Kepala Prodi Manajemen.
5. Ibu Krisna Mutiara Wati, S.E., M. Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik, dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan dan penyempurna skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial yang telah membagikan ilmunya serta pengalaman yang berharga.
7. Ayah terhebat, Alm. Bapak Imam Suroyo. Terimakasih telah berjuang dan berkorban hingga akhir dalam memperjuangkan serta mendukung setiap langkah penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Ibu terhebat, Ibu Limbong Bara Paulus Balesse'. Seorang wanita yang lembut, tegar, dan kuat, Terimakasih atas do'a, dukungan, dan motivasi serta kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya tepat waktu.

9. Suvriati Vivka Merdana dan Rudolf Pragyogo Pasendeng, selaku saudara kandung penulis yang telah menjadi penyemangat dan salah satu motivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugasnya hingga akhir.
10. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, bantuan, dan do'a dalam penyusunan penelitian skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikannya dengan tepat waktu.
11. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan penelitian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis sangat berterimakasih atas partisipasinya, karena tanpa kalian penelitian ini tidak akan selesai dan semoga Allah SWT membalas atas segala kebaikan seluruh pihak yang terlibat.

Penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pembaca serta menjadi landasan yang kokoh untuk pengembangan pengetahuan dan menjadi pijakan untuk penelitian lebih lanjut dimasa mendatang.

Yogyakarta, 14 Agustus 2024

Penulis

Sisilia Dika Virginia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>Grand Theory</i>	12
2. <i>Middle Theory</i>	15
3. Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>).....	16
4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
5. <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	19
6. Keputusan Pembelian	21
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir	28
D. Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	36
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
D. Populasi Data dan Sampel	42

E.	Teknik Pengumpulan Data	43
F.	Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
A.	Deskripsi Data	51
B.	Analisis Data	59
C.	Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
A.	Kesimpulan.....	85
B.	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN- LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top <i>Brand Hand & Body Lotion</i> Tahun 2020-2024	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	37
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Deskripsi Statistik	61
Tabel 4. 2 Uji Validitas	64
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 4 Uji Normalitas	67
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4. 7 Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 8 Uji T	72
Tabel 4. 9 Uji F	73
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 11 R Tabel	139
Tabel 4. 12 T Tabel	150
Tabel 4. 13 F Tabel	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Perubahan Minat Konsumen 2023-2024	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Logo Nivea	51
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin	52
Gambar 4. 3 Diagram Jumlah Usia Responden	53
Gambar 4. 4 Diagram Data Pendidikan Terakhir Responden.....	54
Gambar 4. 5 Data Pekerjaan Responden.....	54
Gambar 4. 6 Asal Daerah Responden	55
Gambar 4. 7 Diagram Data Penghasilan atau Uang Saku Responden.....	56
Gambar 4. 8 Diagram Data Pengeluaran Bulanan untuk Produk Perawatan Kulit	57
Gambar 4. 9 Diagram Data Pembelian Produk Hand & Body Lotion Nivea	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Data Penelitian.....	106
Lampiran 3. Subjek Penelitian	127
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	138
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	143
Lampiran 6 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	145
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	152
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi.....	154

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA