

**PENGARUH *BRAND IMAGE*,
ELEKTRONIC WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

CICILIA ELISAWARDHANI GUNAWAN

NPM : 20420029

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cicilia Elisawardhani Gunawan

NPM : 20420029

Alamat : Jl. Balongsari Blok 4D No.02 Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, ELEKTRONIC WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



(CICILIA ELISAWARDHANI GUNAWAN)

NPM : 20420029

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, ELEKTRONIC WORD OF MOUTH, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING

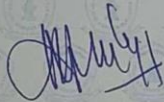
Diajukan Oleh:

CICILIA ELISAWARDHANI GUNAWAN

NPM : 20420029

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE, MM

Tanggal, 24 Januari 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, M.M

Tanggal, 24 Januari 2024

LEMBAR DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, ELEKTRONIC WORD OF MOUTH, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING

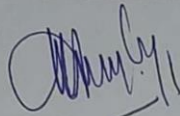
Dipersiapkan dan disusun Oleh:

Cicilia Elisawardhani Gunawan

NPM : 20420029

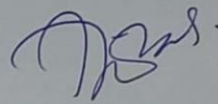
Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE., MM

KETUA TIM PENGUJI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM., CRA

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 24 Januari 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

KATA PENGANTAR

Assalamu' Waraalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah nya, shalawat serta salam kami curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Yang karenanya saya dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai tugas akhir starta 1 (S1) yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”**.

Dalam penyusunan skripsi ini saya mengucapkan terima kasih dan juga penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak terkait yang telah membantu dalam proses pengumpulan dan penelitian ini hingga terselesaikannya skripsi ini.

Khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan,MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Bapak Dr.Adrianto Trimarjono,SE,M.M (kaprodi manajemen) selaku Kaprodi Ekonomi Manajemen
4. Ibu Wiwik Herawati,SE,MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing saya menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas dan mengarahkan serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis.
5. Ibu Atty Erdiana,SE.,M.Ak selaku dosen wali yang turut serta membantu memberikan masukan serta saran yang berarti bagi penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orang tua tercinta (Bpk. Indra Gunawan dan Ibu Erny Supartini), serta seluruh saudara dan keluarga yang telah membeikan dorongan semangat dan doa bagi penelti.

8. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan ini.
9. Para sahabat (Nela, Salsa, Rosyidah, dan lainnya) yang senantiasa memberikan motivasi dan slalu memberi doa bagi peneliti.
10. Dan semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah berbagi pengalaman dan mendorong motivasi saya.

Demikian saya ucapkan terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan kepada saya. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberikan limpahan Rahmat kepada kita semua. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 09 Januari 2024

Cicilia Elisawardhani Gunawan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Skripsi	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen	11
2.1.4 Brand Image	12
2.1.4.1 Pengertian Brand Image	12
2.1.4.2 Indikator Brand Image	13
2.1.4.3 Komponen Brand Image	13
2.1.5 Electronic Word Of Mouth	14
2.1.5.1 Pengertian Electronic Word Of Mouth	14
2.1.5.2 Indikator Electronic Word of Mouth.....	15
2.1.5.3 Karakteristik Electronic Word Of Mouth.....	16
2.1.6 Harga 16	
2.1.6.1 Pengertian Harga	16
2.1.6.2 Indikator Harga	17

2.1.6.3 Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7.2 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.1.7.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1.1 Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian 23	
2.2.1.2 Hubungan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2.1.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembeli	24
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	24
2.3.1 Hipotesis.....	24
2.3.2 Model Analisis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	26
3.1.1 Pendekatan Penelitian	26
3.1.2 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Identitas Variabel.....	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	28
3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	29
3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	30
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	30
3.6.1 Jenis Data	30
3.6.2 Sumber Data.....	31
3.7 Prosedur Pengumpulan Data	31
3.8 Teknik Analisis.....	33
3.8.1 Teknik Pengolahan Data	33
3.8.2 Uji Instrumen	33
3.8.2.1 Uji Validitas	33

3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.8.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.8.3 Uji Hipotesis	35
3.8.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.8.3.2 Uji Parsial (Uji t)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Sejarah Scarlett Whitening.	36
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden.....	38
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	40
4.3 Hasil Analisis Data atau Pengujian Hipotesis	44
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	44
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	45
4.3.3 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.3.5 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	50
4.4 Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
5.3 Keterbatasan Peneliti	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59
Lampiran 1 : Kuisioner	59
Lampiran 2 : Data Kuisioner Responden	65
Lampiran 3 : Uji-Uji	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Data Identitas Responden Mengenai Usia	38
Tabel 4. 2 Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 3 Data Identitas Responden Mahasiswa FEB Angkatan 2020.....	40
Tabel 4. 4 Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	41
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> (X_1)	41
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X_2).....	42
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X_3).....	43
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)..	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji t.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 10 Brand Skincare Lokal 2022	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening 2022 - 2023	3
Gambar 2. 1 Model Analisis	25
Gambar 4. 1 Logo Scarlett Whitening	37
Gambar 4. 2 Kemasan Scarlett Whitening	37
Gambar 4. 3 Owner Scarlett Whitening	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	59
Lampiran 2 : Data Kuisisioner Responden	65
Lampiran 3 : Uji-Uji.....	74

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti, ” **PENGARUH BRAND IMAGE, ELEKTRONIC WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, *Electronic Word Of Mouth*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. Variabel independen adalah *Brand Image*, *Electronic Word Of Mouth*, dan Harga. Sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. Dalam studi ini, pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling pada teknik purposive sampling. Sebanyak 85 responden dipilih memenuhi kriteria telah melakukan pembelian produk Scarlett Whitening dan telah melihat ulasan produk Scarlett Whitening di media sosial. Berikut ini hasil analisa regresi linier berganda diketahui:

$$Y = 0,261 + 0,207 X_1 + 0,387 X_2 + 0,575 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisa, diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Scarlett Whitening, sedangkan *Electronic Word Of Mouth*, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Electronic Word Of Mouth*, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study examines, "THE EFFECT OF BRAND IMAGE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS FOR SCARLETT WHITENING PRODUCTS". The purpose of this study is to determine the Influence of Brand Image, Electronic Word of Mouth, and Price on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products. The independent variables are Brand Image, Electronic Word of Mouth, and Price. Meanwhile, the dependent variable is the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products. In this study, the sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. A total of 85 respondents were selected who met the criteria of having purchased Scarlett Whitening products and having seen reviews of Scarlett Whitening products on social media. The results of the multiple linear regression analysis are as follows:

$$Y = 0.261 + 0.207 X1 + 0.387 X2 + 0.575 X3 + e$$

Based on the results of the analysis, it is concluded that the independent variable Brand Image has no significant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening Products, while Electronic Word Of Mouth, and Price have a significant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening Products.

Keywords: *Brand Image, Electronic Word Of Mouth, Price, Purchase Decision*