



**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SYAHARA DELIANA ADHIESTYA

41220020

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024



**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SYAHARA DELIANA ADHIESTYA

41220020

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH.**

Oleh

Nama : Syahara Deliana Adhiestya
NIM : 41220020
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 8 bulan Agustus tahun 2024

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M
NIDN. 0621097401

Tanda tangan


.....

Dosen Penguji I

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si
NIDN. 0607098601


.....

Dosen Penguji II

Dr. Cici Widowati, S.P., M.S.M
NIDN. 0616118201


.....

Diterima dan Disahkan
pada tanggal 24 September 2024

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahara Deliana Adhiestya

Nim : 41220020


Program studi : S1 Manajemen

Dengan tegas menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya pribadi saya sendiri dan tidak berasal dari pengambilan pikiran atau tulisan orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya (kecuali disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka).

Saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini jika di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi.

Paguyangan, 24 September 2024

membuat pernyataan



Syahara Deliana Adhiestya

41220020

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Dr. Sutarmin, S.Si., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
6. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang sangat spesial saya haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada kedua orang tua saya yang tercinta, Bapak Hadi dan Ibu Eha yang tak henti-hentinya memanjatkan doa

dan selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada saya.

7. Kedua kakak saya tersayang, Siska dan Bima dengan segala support, nasihat dan petunjuk dari mereka yang tak akan saya lupakan.
8. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2020. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
9. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, Juli 2024

Penulis

Syahara Deliana Adhiestya

41220020

ABSTRAK

Perkembangan zaman saat ini, persaingan bisnis membawa banyak peluang dan tantangan bagi para pengusaha terutama usaha dibidang kosmetik. Salah satu produk kosmetik yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah produk Wardah. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital, kualitas produk, promosi, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden dengan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS v.26*. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital, kualitas produk, promosi, citra merek dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of today's times, business competition brings many opportunities and challenges for entrepreneurs, especially businesses in the cosmetics sector. One of the cosmetic products that is often used by the Indonesian people is Wardah products. This study analyzes the influence of digital marketing, product quality, promotion, brand image and trust on the purchase decision of Wardah lipstick. The data used in the study is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents. The sample in this study was 97 respondents with sampling using *non-probability sampling* using *the accidental sampling* method. Data analysis uses multiple linear regression analysis with the help of *SPSS v.26*. Based on the results of this study, it shows that digital marketing, product quality, promotion, brand image and trust have a positive effect on the decision to buy Wardah lipstick.

Keywords: Digital Marketing, Product Quality, Promotion, Brand Image, Trust, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ...	11
A. Telaah Pustaka	11

1. Keputusan Pembelian	11
2. Pemasaran Digital.....	13
3. Kualitas Produk	14
4. Promosi.....	16
5. Citra Merek.....	18
6. Kepercayaan	19
B. Perumusan Model Penelitian.....	21
1. Penelitian Terdahulu.....	21
2. Perumusan Hipotesis	26
3. Kerangka Berpikir dan Model Empiris	31
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	34
A. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Lokasi Penelitian	34
3. Waktu Penelitian	34
4. Populasi dan Sampel	34
5. Sumber Data	36
6. Teknik Pengumpulan Data	36
7. Definisi Konsep dan Variabel Operasional	37
B. Teknis Analisis Data	40
1. Uji Instrumen.....	40

2. Analisis Deskriptif.....	41
3. Uji Asumsi Klasik	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
2. Gambaran Umum Responden.....	48
B. Analisis Data dan Pembahasan	51
1. Uji Instrumen.....	51
2. Analisis Deskriptif.....	54
3. Uji Asumsi Klasik	63
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
5. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Lipstik	2
Tabel 2. Laporan Penjualan Wardah Tahun 2023 – 2024 Dalam Rupiah	3
Tabel 3. Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 6. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	51
Tabel 7. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 9. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Pemasaran Digital	56
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	57
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel Promosi	59
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Citra Merek	61
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	62
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	63
Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 18. Hasil Regresi Linier Berganda	68
Tabel 19. Hasil Uji F.....	71
Tabel 20. Hasil Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	32
Gambar 2. Model Empiris.....	33
Gambar 3. Grafik Normal P-P Plot.....	64
Gambar 4. Pola Grafik <i>Scatterplot</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	89
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	94
Lampiran 3. Tabulasi Data Pemasaran Digital (X1).....	97
Lampiran 4. Tabulasi Data Kualitas Produk (X2)	100
Lampiran 5.Tabulasi Data Promosi (X3).....	103
Lampiran 6.Tabulasi Data Citra Merek (X4).....	106
Lampiran 7.Tabulasi Data Kepercayaan (X5)	109
Lampiran 8.Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	112
Lampiran 9.Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Digital (X1)	113
Lampiran 10.Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	114
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	115
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X4)	116
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X5).....	117
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	118
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Digital (X1)	119
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	120
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3).....	121
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X4)	122
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X5).....	123
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	124
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Digital (X1).....	126
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	128
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	130

Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X4).....	131
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X5)	132
Lampiran 26. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	133
Lampiran 27. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P.....	134
Lampiran 28. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode <i>Glejser</i> dan <i>Scatterplot</i>	135
Lampiran 29. Hasil Uji Multikolinearitas	136
Lampiran 30. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	137
Lampiran 31. Riwayat Hidup Penulis	138