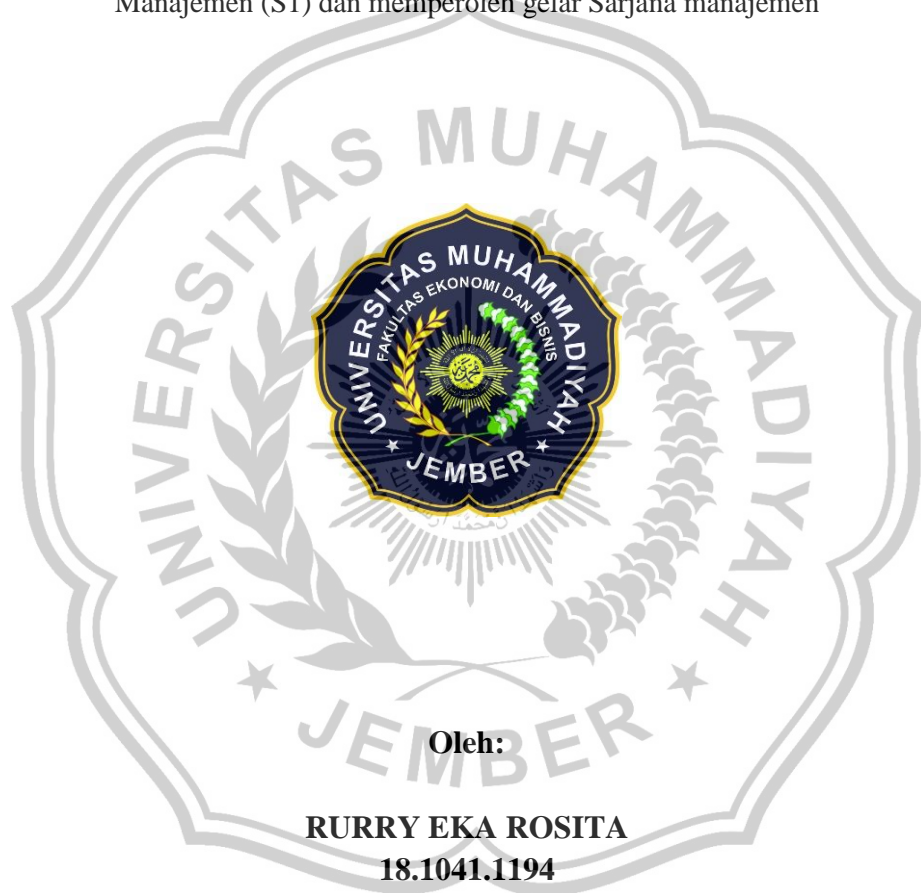


**PENGARUH PROMOSI, E-WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS. GLOW LUMAJANG21**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rurry Eka Rosita

NIM : 1810411194

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH PROMOSI, *E-WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS. GLOW LUMAJANG21; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,

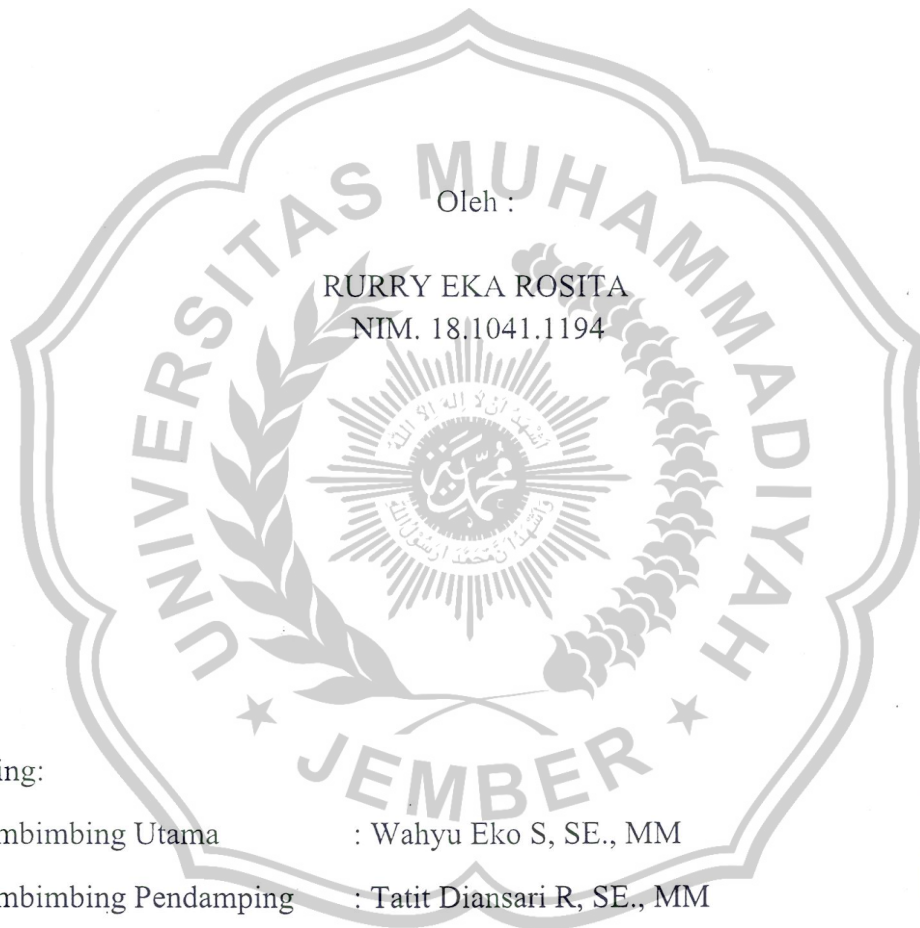


Rurry Eka Rosita

NIM. 18.1041.1194

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, E-WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS. GLOW LUMAJANG21**



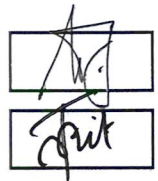
Oleh :

RURRY EKA ROSITA
NIM. 18.1041.1194

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Wahyu Eko S, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari R, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Promosi, *E-word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms. Glow Lumajang21, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Rurry Eka Rosita
NIM : 1810411194
Hari : Jumat
Tanggal : 15 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.

NPK : 1986051411703796

Anggota 1,



Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.

NPK : 1979120811503633

Anggota 2,



Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM.

NPK : 19900321117038104

Mengesahkan,

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.

NIP : 1986051411703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih saya ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan ridhonya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada ibu dan bapak saya yang saya cintai dan sayangi dan saudara-saudara saya yang telah membantu dan mendukung serta mendoakan kelancaran dan kesuksesan saya.
3. Terimakasih kepada Nouvan Bayu Crysyanto atas doa, support dan terimakasih sudah menemani dari awal hingga akhir
4. Terima kasih kepada Rohmin Dwi Ayuning, Erica Bella Oktavia, Agnes Dwi Arum I, Novia Ayu Lestari, Berliana Safira dan Novalia Hysadha yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu ada dalam keadaan senang maupun susah.
5. Almamater yang kubanggakan Universitas Muhammadiyah Jember, ilmu yang didapatkan In Sya Allah akan saya terapkan dan salurkan baik di lingkungan sekitar ataupun dunia kerja.
6. Terima kasih kepada Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku ketua penguji yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses skripsi saya.
7. Terima kasih kepada Ibu Wahyu Eko setianingsih, SE., MM. selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses penyusunan skripsi saya.
8. Terima kasih kepada ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE, MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses penyusunan skripsi saya.

MOTTO

"Dan dia mendapatimu sebagai seseorang yang bingung, lalu dia memberikan petunjuk".
(Qs. Ad-Duha: 7)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”
(Qs Al-Insyirah: 6)

“Tidak masalah apabila Anda berjalan lambat, asalkan Anda tidak pernah berhenti berusaha”
(Confucius)

Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”.
(B. J. Habibie)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, *E-word Of Mouth* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Prooduk Ms. Glow Lumajang21”. Skripsi ini disusun guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah jember Dr. Hanafi.S.Pd.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM, dan ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM selaku dosen penguji dan pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajaran prodi Manajemen dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan

Jember, 15 Juli 2022

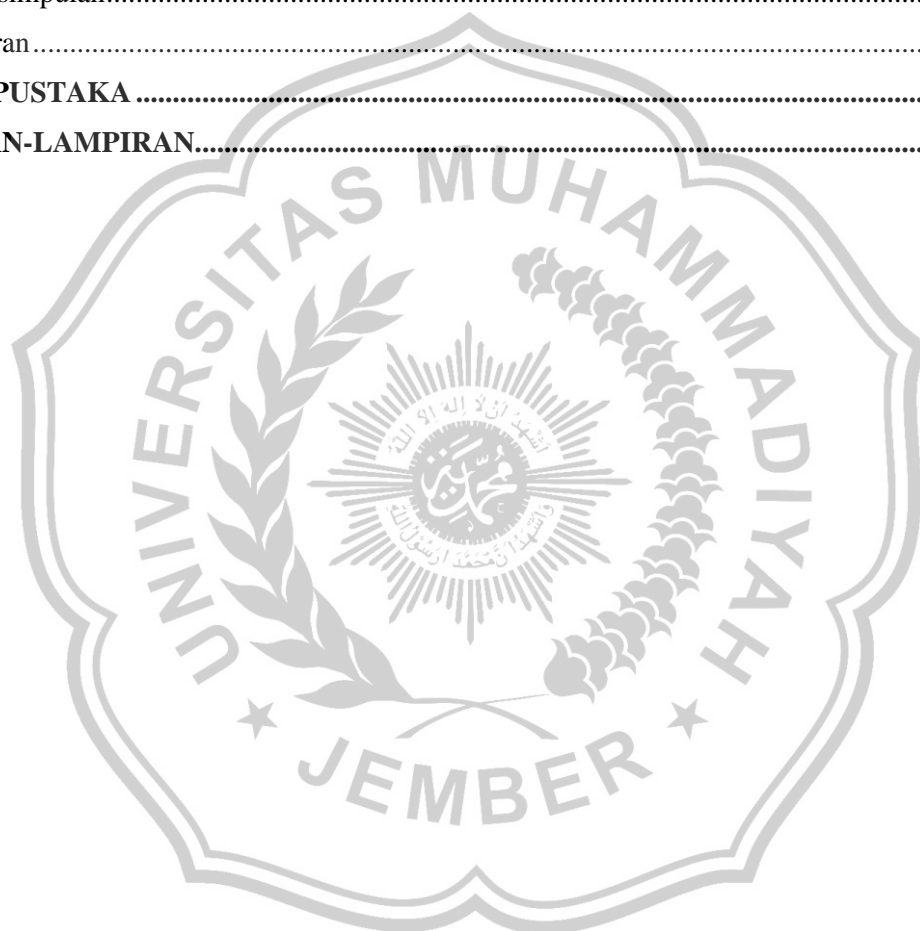
Rurry Eka Rosita

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	7
2.1.3 Promosi	9
2.1.4 Electronic Word Of Mouth (E-wom).....	10
2.1.5 Brand Image.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.3.1 Hipotesis	17
2.3.2 Pengaruh E-Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Identifikasi Variabel	18
3.2 Definisi Operasional Variabel	18

3.2.1 Variabel Independen	18
3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)	19
3.3 Desain Penelitian	19
3.4 Jenis Data	19
3.4.1 Data Primer	19
3.4.2 Data Sekunder	20
3.5 Populasi dan Sampel	20
3.5.1 Populasi	20
3.5.2 Sampel	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data	20
3.7 Teknik Analisis Data	21
3.7.1 Uji Deskriptif	21
3.7.2 Uji Instrumen	21
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	21
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	22
3.7.5 Uji Hipotesis	23
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	24
4.1.1 Sejarah Ms. Glow	24
4.1.2 Logo	24
4.1.3 Visi dan Misi	25
4.1.4 Strategi Pemasaran	25
4.2 Karakteristik Responden	25
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	26
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	26
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	26
4.4 Hasil Analisis Data	30
4.4.1 Statistik Deskriptif	30
4.4.2 Uji Instrumen	30
4.4.2.1 Uji Validitas	30
4.4.2.2 Uji Reliabilitas	31
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	32
4.4.4 Uji Asumsi Klasik	32
4.4.4.1 Uji Multikolinearitas	32
4.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	33
4.4.4.3 Uji Normalitas	34

4.4.5 Uji Hipotesis	34
4.4.5.1 Uji Signifikasi Parsial (Uji T)	34
4.4.5.2 Uji Determinasi (R^2)	35
4.5 Pembahasan	36
4.5.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	36
4.5.2 Pengaruh E-word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	36
4.5.3 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	37
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Member Resmi Ms Glow Lumajang.....	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	26
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Promosi (X1).....	27
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden E-word of mouth (X2).....	27
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Brand Image (X3).....	28
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y1).....	29
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	30
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 4.11 Hasil Analisis Linier Berganda.....	32
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	33
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji T).....	35
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ranking pertumbuhan internet	2
Gambar 1.2 Jumlah pengguna internet dan media sosial Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-commerce	3
Gambar 1.4 Produk Ms. Glow terlaris 2021	4
Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 4.1 Logo Ms. Glow.....	24
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	33
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	42
Lampiran 2. Tabulasi Hasil Responden	45
Lampiran 3. Hasil Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	49
Lampiran 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	54
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	55
Lampiran 6. Hasil Uji Realibilitas.....	59
Lampiran 7. Hasil Analisis Linier Berganda.....	61
Lampiran 8. Tabel Uji t.....	65
Lampiran 9. Tabel r.....	66
Lampiran 10. Dokumentasi.....	68

