

**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP,  
*WORD OF MOUTH*, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK INTENSE MATTE  
LIP CREAM (IMLC) DI MAKE OVER STORE  
TUNJUNGAN PLAZA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**NOVIANI**

**NIM: 20161221021**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP,  
*WORD OF MOUTH*, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK INTENSE MATTE  
LIP CREAM (IMLC) DI MAKE OVER STORE  
TUNJUNGAN PLAZA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi  
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi

**OLEH:**

**NOVIANI  
NIM: 20161221021**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2020**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Sayayang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noviani  
NIM : 20161221021  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 01 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan



Handwritten signature of Noviani.

Noviani

**PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP,  
WORD OF MOUTH, DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK INTENSE MATTE  
LIP CREAM (IMLC) DI MAKE OVER STORE  
TUNJUNGAN PLAZA**

Oleh:

NOVIANI

NIM: 20161221021

**Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan**

Surabaya, 01 Oktober 2020

Dosen Pembimbing I



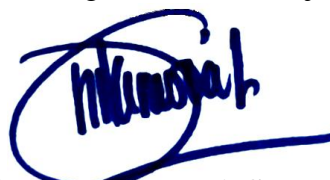
**Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si...**

Dosen Pembimbing II



**Dahruji SE, M.E.I.**

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



**Anita Roosmawarni, SE., M.SE**

## PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

### **PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, WORD OF MOUTH DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK INTENSE MATTE LIP CREAM (IMLC) DI MAKE OVER STORE TUNJUNGAN PLAZA**

Nama: Noviani

NIM: 20161221021

Program Studi: Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Kamis/19 November 2020

Pukul: 13.00 Sampai dengan 15.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji:

**Dr. Siti Maro'ah, M.Pd.**

Anggota I

Anggota II

**Dr. Didin Fathudin, SE., M. Si.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anna Marina, SE., M.Si., Ak.,CA.

Mengetahui,

**Dahruji SE, M.E.I.**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Anita Roosmawarni, SE, M.SE

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah yang diberikan kepada penyusun, maka skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, *Word Of Mouth*, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Intense Matte Lip Cream (IMLC) Di Make Over Store Tunjungan Plaza” dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta bantuan baik materiil maupun spirituil, khususnya kepada :

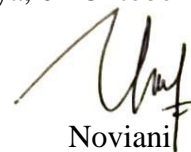
1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M. Si, Ak, CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE., M. Si dan Bapak Dahruji SE,M.E.I.selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran

untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan penelitian ini.

5. Ibu Dr. Siti Maro'ah, M.Pd. selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan masukan sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih sempurna.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah mendidik penulis dari tingkat persiapan sampai tingkat akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Terimakasih Kepada PT. Paragon Technology and Inovation yang telah memberikan kesempatan dan membantu untuk memberikan banyak informasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dorongan dan motivasi, serta segenap keluarga yang telah memberikan semangat dan doa hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dengan segala keterbatasan yang ada dalam skripsi ini penyusun menyadari kekurangan-kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu penyusun mengharapkan saran dan masukan dari para pembaca demi kesempurnaan dan kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 01 Oktober 2020



Noviani

## DAFTAR ISI

LAMPIRAN LUAR SKRIPSI .....	i
LAMPIRAN DALAM SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Sistematika Penulisan .....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA .....	14
A. Kajian Teori .....	14
1. Pemasaran .....	14
2. Merek .....	16
3. Citra Merek .....	18
4. Gaya Hidup .....	20
5. Word Of Mouth.....	21
6. Iklan.....	22
7. Keputusan Pembelian.....	26



B. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	30
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis .....	36
BAB III .....	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan Penelitian .....	38
B. Identifikasi Variabel .....	38
C. Definisi Operasional .....	39
1. Citra merek ( $X_1$ ).....	39
2. Gaya hidup( $X_2$ ) .....	39
3. <i>Word of mouth</i> ( $X_3$ ).....	40
4. Iklan ( $X_4$ ).....	41
5. Keputusan pembelian (Y) .....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi Penelitian .....	44
2. Sampel Penelitian.....	44
F. Teknik Pengolahan Data .....	45
G. Uji Instrumen .....	46
1. Uji Validitas .....	46
2. Uji Reliabilitas .....	47
H. Analisis Data.....	47
1. Uji AsumsiKlasik .....	47
a. Uji Normalitas Data.....	47
b. Uji multikolinearitas .....	48
c. Uji Heteroskedastisitas .....	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3. KoefisienDeterminasi Berganda ( $R^2$ ).....	50
4. Uji F (Uji Simultan) .....	50
5. Uji t (Uji Parsial).....	51
BAB IV .....	52

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	52
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	52
B. Deskripsi Data.....	53
1. Analisis Deskripsi Responden.....	53
2. Analisis Deskripsi Variabel.....	56
C. Uji Instrumen .....	65
1. Uji Validitas .....	65
2. Uji Reliabilitas .....	67
D. Analisis Data.....	68
1. Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas Data.....	68
b. Uji Multikolinearitas .....	69
c. Uji Heteroskedastisitas .....	70
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
3. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	74
4. Uji F (Uji Simultan) .....	75
5. Uji t (Uji Parsial).....	76
E. Pembahasan .....	77
1. Pengaruh Simultan .....	77
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
4. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
5. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
BAB V.....	81
PENUTUP.....	81
A. Simpulan.....	81
B. Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pembeli Intense Matte Lip Cream (IMLC) Tahun 2019 .....	7
Tabel 3.1 Variabel dan Identifikasi Variabel Penelitian .....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Warna Lipstik.....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	57
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Gaya Hidup(X2).....	58
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Word of Mouth(X3).....	60
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Iklan (X4).....	61
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Citra Merek(X1) .....	65
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2) .....	66
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Word of Mouth(X3).....	66
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Iklan (X4) .....	67
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.16 Uji Realibilitas .....	68
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.20 Persamaan Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Berganda (R <sup>2</sup> ).....	74
Tabel 4.22 Uji F (Uji Simultan) .....	75
Tabel 4.23 Uji t (Uji Parsial).....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Make Over Store Tunjungan Tahun 2019 .....	5
Gambar 1.2 Omzet Penjualan Make Over Store Tunjungan Tahun 2019 .....	6
Gambar 1.3 Grafik Persentase Pembelian Kosmetik berdasarkan SES .....	9
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	28
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 4.17 Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.19 Uji Heteroskedastisitas .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....
LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA.....
LAMPIRAN 3 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN .....
LAMPIRAN 4 SURAT-SURAT .....



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan F. Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Andadari, Roos Kities. 2019. *Pengantar Bisnis - Mengelola Bisnis Dengan PerspektifIndonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Aprianto, R. 2016. Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian: Kompor Gas Rinnai pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Vol. 16 No 1. Hal: 1-12.
- Efendi, Hermawan. 2017. Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 5 No 4. Hal: 509-522.
- Fahmi, Irham. 2016. *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fatihudin, D. 2015. Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. Zifatama. Sidoarjo.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Yrama Widya.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru.
- Imantoro, F., Suharyono, dan Sunarti. 2018. Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 57 No.1. Hal: 180-186.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen, Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Oktavianto, Y. 2013. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 3. No. 1. Hal: 62-72.
- Ratnasari R. T dan M. H Aksa. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ravikawati, C., D. Fatihudin, dan M. Mochklas. 2019. Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Surabaya Expo. *Jurnal Eksekutif*. Vol. 16 No. 1. Hal: 46-62.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Jakarta: Penerbit Prenada Media Group.
- Solichah, H. M dan M. Hadi. 2019. Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Butik Ria Miranda Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 5 No.1. Hal: 57-60.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-13. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumendi Era Internet*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.
- Swastha, Bdan T. H. Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit BPF.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Warasto, Hestu Nugroho. 2018. Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Semarak*. Vol. 1 No.1. Hal: 1-12.
- Wibowo, D dan Priansa, J. 2017. *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wulanda, N., Z. Wahab ., dan A. Widad. 2019. Pengaruh Harga, *Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus Di UN Production). *Journal Management and Business Review*. Vol. 16, No. 1. Hal: 43-70.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.