



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK REVLON  
(Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Pendidikan Strata-1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**REVALINA TRI AJRINAJRINA**

**14020216140052**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2020**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Revalina Tri Ajrina  
NIM : 14020216140052  
Departemen : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Lipstik Revlon (Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di  
Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 29 Juni 2020

Pembuat Pernyataan,



Revalina Tri Ajrina

NIM 14020216140052

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon (Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang)

Nama : Revalina Tri Ajrina

NIM : 14020216140052

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 29 Juni 2020




Wakil Dekan I

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si (..........)

### Dosen Penguji

1. Prof. Sudharto Prawata Hadi, MES., Ph.D (..........)

2. Drs. Saryadi, M.Si (..........)

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si (..........)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Where there’s a will, There’s a way”

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu yang selalu memeberikan doa, kasih sayang dan dukungan setiap saat. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini penulis dapat membanggakan dan membahagiakan hati Ayah dan Ibu
2. A Rendi, A Yoga, Teh Silvy, Teh Regina yang selalu menjadi teman terbaik penulis dirumah yang selalu menjadi , penghibur dan menjadi penyemangat.
3. Bu Apri, dosen pembimbing yang selalu sabar telah membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan.
5. Teman - teman penulis yang sudah setia menemani saat senang, sedih, gabut, gajelas dari awal semester & selalu menemani makan dari pagi, siang, sore, malem xoxo
6. Sahabat penulis yang telah memberikan banyak kritik dan saran, serta tak lupa mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi
7. Teman - teman Angkatan 2016 Administrasi Bisnis yang telah membantu dan menemani penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan.
8. Teman – teman KKN di Desa Babaktulung, Rembang yang telah menemani saat kegiatan KKN berlangsung dan menjadi penyemangat.

9. Teman-teman satu bimbingan yang telah membantu penulis selama proses pembuatan skripsi. Semoga segala urusan kita selalu dimudahkan oleh Allah SWT.
10. Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis periode 2017-2018 untuk segala pengalaman dan pembelajaran di dunia organisasi kampus.
11. AIESEC Universitas Diponegoro periode 2017-2018, khususnya untuk Talent Development untuk segala pengalaman dan pembelajaran di dunia organisasi kampus.

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon**

### **ABSTRAKSI**

Revlon merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang memproduksi lipstik dan tercatat sebagai merek kosmetik asing yang pertama masuk ke Indonesia. Lipstik Revlon mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya dan penurunan pada Top Brand Index. Peminat dari lipstik Revlon yang semakin menurun dikarenakan banyak faktor, salah satunya kualitas yang tidak sesuai dengan klaim yang ditawarkan dan terdapat ulasan negatif yang dibicarakan yang termasuk ke dalam kegiatan word of mouth yang negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk lipstik Revlon di kota Semarang. Tipe penelitian adalah explanatory research dan pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dan teknik purposive sampling. Tipe pengambilan responden menggunakan accidental sampling, sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang pernah melakukan pembelian dan masih menggunakan produk lipstik Revlon dalam 1 tahun terakhir dan memperoleh informasi produk dari word of mouth. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, signifikansi, uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien korelasi variabel kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan kuat. Perusahaan hendaknya meningkatkan word of mouth dengan menyediakan media komunikasi yang mudah diakses dan memperhatikan upaya pengembangan kualitas produk serta.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *Word of Mouth*.

**The Effect of Product Quality and Word Of Mouth on Purchase Decision of  
Revlon's Lipstick Products  
(Study on Revlon's Consumers in Semarang)**

**ABSTRACT**

Revlon is one of the cosmetics companies that produce lipstick and is listed as the first foreign cosmetic brand in Indonesia. Revlon's lipstick has decreased in sales for the past few years as well as in the Top Brand Index. The demand of Revlon lipstick are declining due to many factors, quality is not good as claims by Revlon and there are negative reviews discussed which are included in negative word of mouth activities.

This research aims to determine the effect of quality product and word of mouth on purchase decision of Revlon's Lipstick. The type of the research is explanatory research and the sampling techniques used are a nonprobability sampling, and purposive sampling. The technique of taking respondent is accidental sampling, the samples are 96 respondents who had made a purchase and were still using Revlon's lipstick in the past 1 year and obtained product information from word of mouth. The data analysis technique is quantitative with validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression, significance of t and F test.

The results show that quality product and word of mouth variables have an effect on purchase decisions Revlon's Lipstick. The variable correlation coefficient of quality product and word of mouth on purchase decisions have a strong enough relation. The company should increase word of mouth by providing communication media that are easily accessible and pay attention to develop product quality.

Keywords: Purchase Decisions, Quality Product, Word of Mouth.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

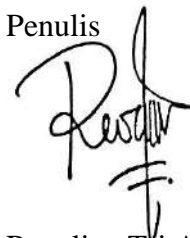
1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Prof. Sudharto Prawata Hadi, MES., Ph.D. selaku dosen penguji.
5. Drs. Saryadi, M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.



Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 29 Juni 2020

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Revalina Tri Ajrina', written in a cursive style.

Revalina Tri Ajrina

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI) .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	13
1.5. Kerangka Teori.....	14
1.5.1 Perilaku Kosumen .....	14
1.5.2 Keputusan Pembelian .....	23
1.5.3 Produk .....	25
1.5.4 Kualitas Produk .....	26
1.5.5 <i>Word of mouth</i> .....	29
1.5.6 Penelitian Terdahulu.....	32
1.6. Pengaruh antar Variabel Penelitian .....	34
1.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
1.6.2 Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	35
1.6.3 Pengaruh <i>Kualitas Produk</i> dan <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	36
1.7. Hipotesis.....	37
1.8. Definisi Konseptual .....	38
1.8.1 Kualitas Produk .....	39
1.8.2 <i>Word of mouth</i> .....	39
1.8.3 Keputusan Pembelian .....	39

1.9	Definisi Operasional.....	39
1.9.1	Kualitas Produk .....	40
1.9.2	<i>Word of mouth</i> .....	40
1.9.3	Keputusan Pembelian .....	41
1.10	Metode Penelitian.....	41
1.10.1	Tipe Penelitian.....	41
1.10.2	Populasi dan Sampel.....	41
1.10.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
1.10.4	Sumber Data .....	44
1.10.5	Skala Pengukuran .....	45
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data .....	46
1.10.7	Teknik Pengolahan Data.....	47
1.10.8	Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB II GAMBARAN UMUM REVLON .....</b>		<b>57</b>
2.1	Sejarah Revlon.....	57
2.2	Strategi bisnis Revlon.....	58
2.3	Visi dan Misi Revlon.....	59
2.4	Produk Lipstik Revlon.....	59
2.5	Identitas Responden.....	63
2.5.1	Responden berdasarkan Usia.....	64
2.5.2	Responden berdasarkan Pekerjaan .....	65
2.5.3	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	66
2.5.4	Responden berdasarkan Lama Penggunaan .....	66
2.5.5	Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan .....	67
<b>BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK REVLON (Studi pada Konsumen Lipstik Revlon di Kota Semarang).....</b>		<b>69</b>
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	73
3.2	Analisis dan Hasil Intrepetasi Hasil Penelitian.....	75
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk (X1).....	75
3.2.2	Persepsi Responden terhadap <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	84
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	92
3.3	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	102

3.3.1	Analisis Tabulasi Silang Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	102
3.3.2	Koefisien Korelasi Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	103
3.3.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	104
3.3.4	Regresi Linier Sederhana .....	105
3.3.5	Uji t.....	106
3.4	Analisis Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	107
3.4.1	Analisis Tabulasi Silang <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian .....	107
3.4.2	Koefisien Korelasi <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian .....	108
3.4.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	109
3.4.4	Regresi Linier Sederhana .....	109
3.4.5	Uji t.....	110
3.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	111
3.5.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian .....	111
3.5.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	112
3.5.3	Regresi Linier Berganda.....	113
3.5.4	Uji F.....	114
3.6	Pembahasan .....	116
BAB IV PENUTUP .....		123
4.1	Kesimpulan.....	123
4.2	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA .....		126
LAMPIRAN.....		129

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index .....	6
Tabel 1.2 Laporan Tahunan Penjualan Revlon .....	8
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 1.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	51
Tabel 2.1 Usia Responden .....	64
Tabel 2.2 Pekerjaan Responden .....	65
Tabel 2.3 Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel 2.4 Lama Penggunaan .....	67
Tabel 2.5 Penghasilan per Bulan.....	67
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	71
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X2).....	72
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	73
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 3.5 Lipstik Revlon Mudah diaplikasikan pada Bibir .....	76
Tabel 3.6 Lipstik Revlon Memiliki Kualitas yang Aman .....	77
Tabel 3.7 Lipstik Revlon Memiliki Kemasan yang Menarik.....	78
Tabel 3.8 Lipstik Revlon Memiliki Varian Warna yang Beragam .....	79
Tabel 3.9 Daya Tahan Lipstik Revlon dalam Penggunaan Produk.....	80
Tabel 3.10 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	81
Tabel 3.11 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	83
Tabel 3.12 Ragam Ulasan terkait Produk Lipstik Revlon.....	84
Tabel 3.13 Frekuensi Komentar Positif mengenai Produk Lipstik Revlon.....	85
Tabel 3.14 Frekuensi Komentar Negatif mengenai Produk Lipstik Revlon .....	86
Tabel 3.15 Informasi yang didapatkan Tentang Lipstik Revlon Bersifat Merekomendasikan .....	87
Tabel 3.16 Informasi yang didapatkan Tentang Lipstik Revlon Bersifat Mendorong .....	88
Tabel 3.17 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	89
Tabel 3.18 Kategorisasi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	92
Tabel 3.19 Lipstik Revlon dapat Memenuhi Kebutuhan .....	93
Tabel 3.20 Jangka Waktu yang dibutuhkan dalam Memilih Lipstik Revlon.....	94
Tabel 3.21 Lipstik Revlon Menjadi Prioritas Pilihan dalam Melakukan Pembelian .....	95
Tabel 3.22 Konsumen Yakin dalam Melakukan Pembelian dan Penggunaan Lipstik Revlon .....	96

Tabel 3.23 Perasaan Konsumen yang Senang Setelah Menggunakan Lipstik Revlon.....	97
Tabel 3.24 Konsumen Bersedia untuk Merekomendasikan Lipstik Revlon kepada Orang Lain.....	97
Tabel 3.25 Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 3.26 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 3.27 Tabulasi Silang Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 3.28 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 3.29 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	105
Tabel 3.30 Tabulasi Silang <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	107
Tabel 3.31 Hasil Uji Korelasi <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	108
Tabel 3.32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	109
Tabel 3.33 Koefisien Korelasi Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	112
Tabel 3.34 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	113
Tabel 3.35 Uji F Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Lipstik Revlon pada Situs Femaledaily.....	10
Gambar 1.1 Ulasan Lipstik Revlon pada Website Revlon.....	11
Gambar 1.3 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 1.4 Kerangka Analisis Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 1.5 Tahap Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 1.6 Hipotesis.....	38
Gambar 1.7 Kurva Uji t ( <i>Two Tail</i> ).....	55
Gambar 1.8 Kurva Uji F .....	56
Gambar 2.1 Logo Revlon.....	57
Gambar 2.2 Revlon Super Lustrous Lipstik.....	59
Gambar 2.3 Revlon Colorstay Ultimate Suede Lipstik.....	60
Gambar 2.4 Revlon Ultra HD Lip Color.....	60
Gambar 2.5 Revlon Colorburst Crayon .....	61
Gambar 2.6 Revlon Kiss Plumping Lip Crème .....	62
Gambar 2.7 Living Lipstik Revlon .....	62
Gambar 2.8 Revlon Kiss Cushion Lip Tint.....	63
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	106
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian.....	111
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Kualitas Produk <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	116

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian .....	129
Lampiran 2. Kuesioner.....	131
Lampiran 3. Identitas Responden.....	137
Lampiran 4. Tabel Induk.....	145
Lampiran 5. Uji Validitas .....	149
Lampiran 6. Uji Reabilitas .....	150
Lampiran 7. Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	151
Lampiran 8. Uji Regresi Linier Sederhana .....	152
Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda.....	153
Lampiran 10. Uji F.....	153
Lampiran 11. Distribusi Nilai R tabel Signifikansi 5% dan 1% .....	154
Lampiran 12. Distribusi Nilai t Tabel .....	155
Lampiran 13. Tabel F (Sig 5%) .....	157