

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH*(E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MARITIM UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI**

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**SISKA MARYANA
2104020043**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Siska Maryana
NIM : 2104020043
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Pada Mahasiswa FEBM UMRAH

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dosen Pembimbing I



Bunga Paramita, SE., M. Si.
NIP. 198401122024212016

Menyetujui,

Dosen Pembimbing II



Fradya Randa, S.E., M.E.
NIP. 198909262022031005

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Ketua Penguji		5/8/25
2. <u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIP. 198401122024212016	Penguji I		5/8/25
3. <u>Nur Bayti, S.I.Kom., M.E</u> NIP. 198710182022032003	Penguji II		5/8/25
4. <u>Fradya Randa, SE., M.E</u> NIP. 198909262022031005	Penguji III		5/8/25
5. <u>Imalinda Deryane, S.Pd., M.M</u> NIP. 199112122022032016	Penguji IV		5/8/25

Tanggal Lulus, 04 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis


Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si
NIP. 198207032015042001
Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Siska Maryana
NIM : 2104020043
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM)

Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim
Raja Ali Haji

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 30 Juni 2025

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Bunga Paramita, SE., M. Si,
NIP. 198401122024212016

Dosen Pembimbing II



Fradya Randa, S.E., M.E.
NIP. 198909262022031005

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tiwasiningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji

Tanjungpinang, 04 Agustus 2025

Pernyataan,

9F51AAMX407392679
SISKA MARYANA
NIM. 2104020043

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Proposal Penelitian ini berhasil diselesaikan. Proposal Penelitian ini berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis selama penulisan proposal penelitian ini, dukungan berupa doa, motivasi dan membantu dalam penulisan proposal penelitian ini, terkhusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta Bapak Karno dan Almrh. Ibu Siti Rukiyah menjadi sumber kekuatan dan doa yang tiada henti. Kepada Ibu Suharni, Ibu Nurhayati, Ekki Prabowo, Adekurniawan, dan Risma Nursuhayla. Terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, bimbingan, pengorbanan, dan dukungan tanpa batas yang telah diberikan sejak awal hingga penulis dapat berada pada tahap ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Ibu Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Ezky Tiya Sinigsih, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

5. Ibu Bunga Paramita, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Bapak Fradya Randa, S.E., M.E selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhhir Skripsi ini.
7. Kepada seseorang yang tidak kalah penting yang telah menjadi sosok pendamping setia dalam segala hal, baik tenaga, waktu, maupun pemikiran. Yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai saat ini, tempat berbagi suka dan duka, memberi perhatian dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat penulis, Siti Nurfaizah dan Siti Rabiyah untuk menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang tak terduga, menjadi teman berbagi cerita dan pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang selalu memberikan semangat dan meyakinkan penulis bahwa segala masalah yang dihadapi pasti akan berakhir.
9. Kepada teman-teman penulis, Dinta Andriana, Izatul Marwiyah, Preti Sofiyanti, Rena Isra Oktaviani, Lina Nur Afifah, Della Abilia, dan Sarah Rahma Khairani yang telah memberikan semangat dan motivasi hingga penulis berada di titik sekarang ini.
10. Rekan-rekan Jurusan Manajemen Angkatan 2021 yang selalu mendukung satu sama lain selama proses menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
11. Terakhir untuk diri saya sendiri atas segala kerja keras dan semangatnya

sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terimakasih pada jiwa dan raga yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Tanjungpinang, 16 Mei 2025



Siska Maryana



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Pembatasan masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Citra Merek	15
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	16
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	17
2.1.2 Harga	18
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	18
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	19
2.1.2.3 Indikator Harga	20
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	21

2.1.3.1	Pengertian Electronic Word of Mouth	21
2.1.3.2	Faktor Electronic Word of Mouth.....	22
2.1.3.2	Indikator Electronic Word of Mouth.....	23
2.1.4	Keputusan pembelian	24
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.1.4.2	Faktor Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2	Review Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Pengembangan Hipotesis	31
2.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4.3	Pengaruh <i>Electronic Word of mouth</i> terhadap Keputusan pembelian 34	
2.4.4	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.5	Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian.....	37
3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
3.3.1	Variabel Independen.....	38
3.3.2	Variabel Dependen	38
3.4	Metode Penentu Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5	Prosedur Pengumpulan Data	44
3.5.1	Data Primer	44
3.5.2	Data Sekunder	45
3.6	Metode Analisis	45

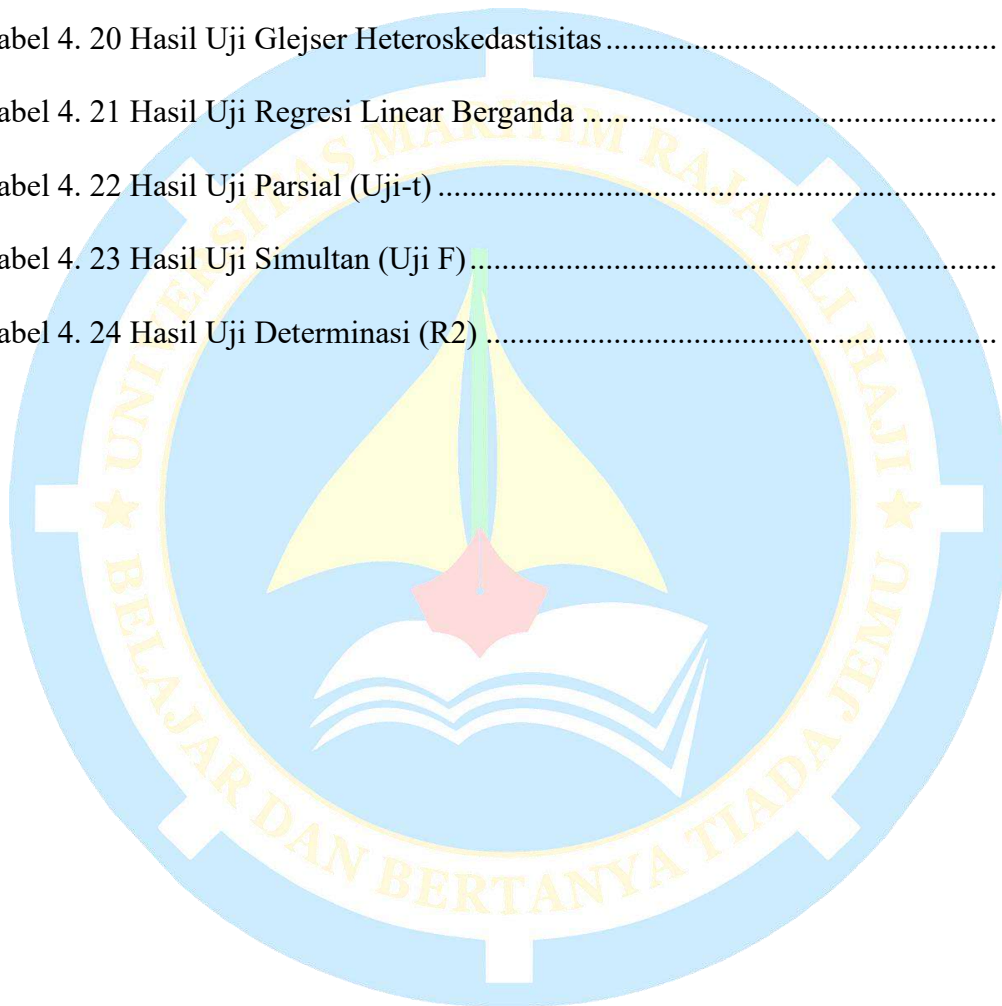
3.6.1	Uji Kualitas Instrumen	46
3.6.1.1	Uji Validitas	46
3.6.1.2	Uji reliabilitas	47
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	48
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	48
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	48
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	50
3.6.4.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	50
3.6.4.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	51
3.6.4.3	Analisis Koefisien Determinasi	52
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Profil Azarine	53
4.1.2	Visi dan Misi Azarine.....	54
4.1.3	Distribusi Responden	55
4.1.4	Karakteristik Responden	55
4.1.4.1	Identifikasi Responden berdasarkan yang pernah membeli dan menggunakan produk sunscreen azarine.....	56
4.1.4.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.4.2	Identifikasi Berdasarkan Program Studi	57
4.1.5	Deskripsi Tanggapan Responden	57
4.1.5.1	Deskripsi Variabel Citra Merek	57
4.1.5.2	Deskripsi Variabel Harga	58
4.1.5.3	Deskripsi Variabel Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	59
4.1.5.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	61
4.2.1	Teknik Analisis Data	61
4.2.1.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62

4.2.2	Pengujian Kualitas Data	63
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas	63
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	65
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	68
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	68
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas	70
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda	73
4.2.5	Uji Hipotesis	75
4.2.5.1	Uji t dan Uji Parsial	75
4.2.5.2	Uji f dan Uji Simultan	78
4.2.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.2.6	Pembahasan Hipotesis	82
4.2.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine pada Mahasiswa FEBM UMRAH	82
4.2.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine pada Mahasiswa FEBM UMRAH	84
4.2.6.3	Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine pada Mahasiswa FEBM UMRAH	85
4.2.6.4	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Azarine pada Mahasiswa FEBM UMRAH	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 5 Produk Sunscreen Paling Laris 2024	4
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Sunscreen.....	8
Tabel 2. 1 Review penelitian terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3. 2 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim UMRAH Tahun 2024	41
Tabel 3. 3 Skala Likert Pada Penelitian	46
Tabel 4. 1 Tabel Data Distribusi Responden	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan yang Pernah Membeli dan Menggunakan Produk Sunscreen Azarine	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	57
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	58
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Harga	59
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	59
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Citra Merek	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	66

Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Harga	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Electronic Word of Mouth	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji One Sample Kolomogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 20 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas	72
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4. 22 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	76
Tabel 4. 23 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79
Tabel 4. 24 Hasil Uji Determinasi (R2)	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Produk Kecantikan	2
Gambar 1. 2 Tipe – tipe produk sunscreen azarine	4
Gambar 1.3 Hasil Prasurvei Masiswa FEBM yang menggunakan Sunscreen Azarine.....	5
Gambar 1. 4 Diagram Survei lama menggunakan produk sunscreen azarine.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Logo Azarine.....	53
Gambar 4. 2 Hasil Grafik Histogram.....	68
Gambar 4. 3 Hasil P-Plot	69
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatter Plot	72
Gambar 4. 5 Hasil Uji Hipotesis	82