

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH**

**( Studi Pada Konsumen Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau Di Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA** : **FADHILAH HARAHAP**  
**NPM** : **71190312096**  
**PROGRAM PENDIDIKAN** : **STRATA SATU (S1)**  
**PROGRAM STUDI** : **MANAJEMEN**  
**KONSENTRASI** : **PEMASARAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MEDAN**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH**

**( Studi Pada Konsumen Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)**

**DIAJUKAN OLEH :**

NAMA	: FADHILAH HARAHAHAP
NPM	: 71190312096
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN

**DISETUJUI OLEH:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**( Dr. T. Ahmad Helmi.,S.E.,M.Si )**

**( Julkarnain.,S.Ag.S.E.,M.M )**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**( Dr. Supriadi, S.E., M.M., M.Si. )**

**TANGGAL SEMINAR PROPOSAL : 6 Januari 2023**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MEDAN**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH**

**( Studi Pada Konsumen Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)**

**DIAJUKAN OLEH :**

NAMA	: FADHILAH HARAHAHAP
NPM	: 71190312096
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN

**DISETUJUI OLEH:**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**( Dr. T. Ahmad Helmi.,S.E.,M.Si )**

**( Julkarnain.,S.Ag.S.E.,M.M )**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**( Dr. Supriadi, S.E., M.M., M.Si. )**

**TANGGAL SIDANG MEJA HIJAU :**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MEDAN**

**2023**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikumwarahmatullahiwabarokatuh.*

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT, atas berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi pada Konsumen Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU Stambuk 2019-2020)“ . Pembuatan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di Universitas Islam Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini, saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan guna memperbaiki lebih lanjut dan dapat bermanfaat oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Sebagai ucapan rasa syukur, perkenankan saya menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr.Safrida.,S.E.,M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak Nur M, Ridha Tarigan S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan
3. Bapak Supriadi.,S.E.,M.M.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.

4. Bapak Dr. T. Ahmad Helmi.,S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberi bimbingan dan masukan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Julkarnain.,S.Ag.S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberi bimbingan dan masukan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kedua orang tua, Papa dan Almarhumah Mama tercinta terima kasih atas kasih sayangnya, mendidik, mmberikan bantuan secara material dan non-material sehingga terselesaikan pendidikan ini.
7. Untuk Abang dan Kakak tercinta terimakasih telah memberikan keikhlasan untuk menyemangati penulis.
8. Seluruh kerabat dan teman-teman penulis yang dimana namanya tidak dapat disebutkan satu - persatu yang telah memberikan dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhirnya, segala bantuan yang diberikan dari berbagai pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, semoga ilmu yang diperoleh dapat disumbangkan kepada agama, nusa dan bangsa. Amin.

*Wassalamu 'alaikumwarahmatullahiwabarokatuh*

Medan, 11 Mei 2023  
Penulis

**FADHILAH HARAHAHAP**  
**71190312096**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Batasan dan Rumusan Masalah .....	6
1.3.1. Batasan Masalah .....	6
1.3.2. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1. Uraian Teoritis .....	9
2.1.1. Kualitas.....	9
2.1.2. Produk .....	9
a. Pengertian .....	10
b. Klasifikasi Produk.....	10
2.1.3. Kualitas Produk .....	11

a. Pengertian .....	11
b. Dimensi Kualitas Produk ( <i>Quality Product</i> ) .....	11
2.1.4. Word of Mouth .....	13
a. Pengertian .....	13
b. Peranan <i>Word of Mouth</i> .....	15
2.1.5. Keputusan Pembelian .....	17
2.1.6. Hubungan Kualitas Produk, Word of Mouth Dengan Keputusan Pembelian .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	19
2.3. Kerangka Konseptual .....	20
2.4. Hipotesis .....	21
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Lokasi, Objek Waktu Penelitian .....	24
3.1.1. Lokasi Penelitian .....	24
3.1.2. Objek Penelitian .....	24
3.1.3. Waktu penelitian .....	24
3.2. Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1. Populasi .....	25
3.2.2. Sampel .....	25
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	27
3.5. Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	29

3.5.1.1. Uji Validitas .....	29
3.5.1.2. Uji Reliabilitas .....	30
3.5.2. Uji Asumsi Klasik .....	31
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	31
3.5.2.2. Uji Multikolonieritas .....	31
3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	32
3.5.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	33
3.5.5. Uji Parsial (Uji t) .....	33
3.5.6. Uji Simultan (Uji f).....	34
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>35</b>
4.1 Tinjauan Organisasi/Objek Penelitian .....	35
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	35
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3. Struktur Organisasi Tugas dan Fungsi.....	36
<b>BAB V ANALISIS DATA .....</b>	<b>41</b>
5.1. Analisis Penelitian.....	41
5.1.1. Analisis Deskriptif Responden.....	41
5.1.2. Hasil Statistik Deskriptif.....	44
a. Variabel Kualitas Produk Dan Merek (X) .....	44
b. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	46



5.1.3. Uji Instrumen Penelitian .....	46
5.1.3.1. Uji Validitas.....	46
a. Variabel Kualitas Produk Dan <i>Word of Mouth</i> (X).....	47
b. Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	48
5.1.3.2 Uji Reliabilitas .....	48
c. Variabel Kualitas Produk Dan <i>Word of Mouth</i> (X).....	49
d. Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	50
5.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	50
5.1.4.1. Uji Multikolonieritas .....	50
5.1.4.2. Uji Heteroskedastisitas .....	51
5.1.4.3. Uji Normalitas .....	52
5.1.5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
5.1.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
5.1.7. Uji t (Parsial) .....	58
5.1.8. Uji f (Simultan) .....	61
5.2. Evaluasi Data .....	61
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
6.1 Kesimpulan.....	63
6.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Top Brand Index .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1	Tabel Penelitian .....	26
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian .....	28
Tabel 5.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 5.2	Karakteristik Berdasarkan Status Perkawinan .....	42
Tabel 5.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 5.4	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> .....	45
Tabel 5.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 5.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> (X) .....	47
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 5.8	Hasil Uji Reliability Kualitas Produk dan <i>Word of Mouth</i> .....	49
Tabel 5.9	Hasil Uji Reliability Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 5.10	Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 5.11	Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 5.12	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
Tabel 5.13	Uji Parsial (Uji t) .....	58
Tabel 5.14	Uji F (Simultan) .....	61
Table 5.15	Ringkasan Analisis Hasil Penelitian .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian .....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	36
Gambar 5.1 Uji Heteroskedastisitas .....	52
Gambar 5.2 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	53
Gambar 5.3 Hasil Uji Plot Normalitas P-Plot .....	53

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Arifa, N., Hartono, H., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah:(Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 54-63
- Ajrina, R. T., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon (Studi Pada Konsumen Lipstik Revlon Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 302-309.
- Ghozali, Imam (2002). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan ProgramSPSS**. Badan Penerbit-Undip.Semarang
- Hadari, Nawawi. 2015. **Metode Penelitian Bidang Sosial**. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi> . diakses pada 21 November 2022
- <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/4/2020/18725/psst-ini-produkkecantikan- yang lebih-diminati-perempuan>.
- <http://www.topbrand-award.com>
- Indonesia Finance Today. *Indonesia Lahan Subur Industri Kosmetik*.[http://www.kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri Kosmetik](http://www.kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik). Diakses pada 5 Desember 2022.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. Principles of Marketing, 12<sup>th</sup> Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016).**Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2**.Jakarta: PT. Indeks.
- Latief, Rusman. 2019. **Word of Mouth Communication dalam Penjualan Produk**. Surabaya: Media Sahabat Cendikia

Sumardy dkk. (2010). **The Power of Word Of Mouth Marketing**. PT Gramedia Pustaka Utama :Jakarta

Lupiyoadi, 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Malau, H, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.

Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018, October). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember. In *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III (SNMB3)* (pp. 94-101). universitas jember.

Rosady, R. S., & Kusumawardhani, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bata di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Rosen, Emanuel. 2000. *The Anatomy of Buzz: How to Create Word of Mouth Marketing*. New York: Currency–Doubleday

Situmorang, D. R., Kualitas Minuman Serbuk Instan Buah terung Belanda (*Solanum Betaceum Cav*) dengan Variasi Kadar Maltodekstrin. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta. 2012.

Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran Teori dan implementasi**. Yogyakarta: Andi

Suhartomo, 2010. Kumpulan Survey dan Pembahasan Manajemen. Jakarta: Majalah SWA

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* Cetakan ke-18. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta, CV.

Suhendar, dheana. Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (*Survei Pada Konsumen Wardah Kosmetik di Tasikmalaya*). Diss. Universitas Siliwangi, 2022

Tatik Suryani. 2013. **Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama.** Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy, (2008). *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono. Fandy (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi.

Umar, Husein (2002) . **Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran. Edisi II.** PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Yesi Agustin, M. (2016). Skripsi dengan judul“Analisis Pengaruh kualitas produk. Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian motor Honda vario (studi kasus pada tridjaya motor dealer resmi motor Honda cabang Girian–Belitung).

## LAMPIRAN:

### INSTRUMEN PENELITIAN

#### Petunjuk Pengisian Instrumen Penelitian (Angket)

1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan kenyataan yang ada. Ketepatan dan kebenaran informasi yang diberikan sangat bermanfaat dan menentukan hasil penelitian yang saya lakukan.
2. Setiap pernyataan diikuti oleh 5 (lima) jawaban yang tersedia.
3. Isilah jawaban Bapak/Ibu/Saudara dengan cara memberi tanda centang dikolom.

**STS** : Sangat Tidak Setuju;

**TS** : Tidak Setuju;

**R** : Ragu- Ragu;

**S** : Setuju;

**SS** : Sangat Setuju.

5. Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara telah mengisi kuesioner penelitian ini.

#### Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Pria | | Wanita

2. Status Perkawinan :

Belum Menikah

Menikah

3. Pekerjaan :

PNS

Swasta

Ibu Rumah Tangga

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI  
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UISU)**

**1. Pernyataan yang berkaitan dengan *KUALITAS PRODUK***

No.	<u>Pernyataan</u>	STS	TS	N	S	SS
	<b>Daya Tahan</b>					
1	Lipstik wardah tahan lama dan tidak mudah luntur Ketika dipakai					
2	Masa kadaluarsa lipstik wardah lama					
	<b>Kemampuan Melayani</b>					
3	Lipstik wardah nyaman saat digunakan					
	<b>Estetika</b>					
4	Pilihan lipstik wardah bervariasi					
5	Tampilan kemasan lipstik wardah elegan dan menarik					
	<b>Kualitas Yang Dipersepsikan</b>					
6	Harga lipstik wardah terjangkau					
7	Lipstik wardah memiliki reputasi dibandingkan produk lain dari segi kualitas					
	<b>Kinerja Produk</b>					
8	Lipstik wardah mudah diaplikasikan pada bibir					
9	Lipstik wardah nyaman dan aman digunakan					
10	Bau lipstik wardah tidak menyengat					
	<b>Fitur Produk</b>					
11	Ada sesuatu yang istimewa ketika memakai lipstik wardah					
	<b>Keandalan Produk</b>					
12	Lipstik wardah terbuat dari bahan-bahan yang aman					
13	Muncul dampak negatif pada saat pemakaian lipstik wardah					
	<b>Kesesuaian Spesifikasi Produk</b>					
14	Kualitas produk lipstik wardah telah sesuai dengan spesifikasi produk					



## 2. Pernyataan Yang Berkaitan Dengan *Word of Mouth*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering membicarakan kepada orang lain, kenyamanan yang saya peroleh jika menggunakan lipstik wardah					
2	Saya mempromosikan pada kalangan keluarga, teman dan tetangga, hal yang saya peroleh selama menggunakan lipstik wardah					
3	Saya terlalu tertarik mempromosikan lipstik wardah					
4	Saya merekomendasikan kepada keluarga, teman dan tetangga yang ingin membeli lipstik wardah					
5	Infomasi yang saya sampaikan kepada keluarga, teman dan tetangga sesuai dengan kenyataan dan tidak melebih-lebihkan ataupun mengurangi.					

## 3. Pernyataan Yang Berkaitan dengan Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah lipstik wardah dapat memenuhi kebutuhan dan mengatasi masalah anda.					
2.	Apakah anda mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk lipstik wardah.					
3.	Apakah anda mencari manfaat tertentu dalam menggunakan lipstik wardah .					
4.	Apakah lipstik wardah menjadi pilihan utama anda.					
5.	Apakah anda mendapat kepuasan tersendiri setelah menggunakan lipstik wardah.					



### Tabulasi Angket *Word of Mouth*

WOM (X2)					TotalX2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
2	2	2	3	3	12
3	4	4	4	4	19
2	2	1	1	2	8
4	4	3	3	4	18
4	3	1	3	3	14
3	3	2	3	3	14
3	3	2	2	4	14
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
3	4	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	4	22
3	3	3	3	3	15
3	5	3	4	4	19
3	3	2	2	4	14
2	2	2	2	3	11
4	4	3	4	4	19
1	3	2	1	1	8
5	3	3	3	4	18
3	3	2	3	4	15
4	4	1	5	4	18
3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	5	16
3	4	2	3	4	16
4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	4	17
2	2	2	2	3	11
3	3	2	3	4	15
2	2	2	3	4	13
2	3	3	3	3	14
3	3	3	3	3	15
2	2	2	3	3	12
4	4	3	4	4	19
4	4	3	4	2	17
3	2	3	3	4	15
4	4	2	3	4	17
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
3	3	3	3	3	15
2	2	4	3	3	14
3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	4	14
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	4	17
3	3	3	4	4	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	5	21

### Tabulasi Angket Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian (Y)					TotalY
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
3	3	3	2	3	14
3	4	3	3	4	17
2	4	2	1	1	10
4	4	4	3	3	18
2	5	3	3	3	16
2	3	5	2	3	15
3	3	4	4	4	18
3	4	4	4	3	18
2	2	3	2	3	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
3	5	3	2	3	16
2	4	5	2	2	15
3	3	4	3	3	16
2	4	2	3	4	15
3	5	5	2	3	18
4	4	4	5	4	21
3	4	3	2	3	15
4	4	4	5	5	22
3	3	3	3	3	15
3	5	2	4	4	18
3	4	4	3	4	18
5	4	5	5	5	24
4	4	3	3	4	18
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
3	4	3	3	3	16
3	4	4	2	3	16
3	4	4	2	2	15
3	3	4	3	2	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14
3	4	4	3	4	18
3	3	4	3	4	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	2	4	18
3	4	4	5	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	3	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	16
3	4	4	2	3	16
3	4	4	3	3	17
2	4	3	2	2	13
3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	4	21
3	4	4	2	3	16
3	4	4	3	3	17
5	5	5	4	4	23

### Correlations

			DT1	DT2	Dayatahan
Spearman's rho	DT1	Correlation Coefficient	1.000	.424**	.823**
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.000
		N	55	55	55
	DT2	Correlation Coefficient	.424**	1.000	.849**
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.000
		N	55	55	55
	Dayatahan	Correlation Coefficient	.823**	.849**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

			E1	E2	Estetika
Spearman's rho	E1	Correlation Coefficient	1.000	.678**	.881**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	55	55	55
	E2	Correlation Coefficient	.678**	1.000	.944**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	55	55	55
	Estetika	Correlation Coefficient	.881**	.944**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

			KD1	KD2	Kual_Persepsi
Spearman's rho	KD1	Correlation Coefficient	1.000	.403**	.814**
		Sig. (2-tailed)	.	.002	.000
		N	55	55	55
	KD2	Correlation Coefficient	.403**	1.000	.849**
		Sig. (2-tailed)	.002	.	.000
		N	55	55	55
	Kual_Persepsi	Correlation Coefficient	.814**	.849**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

			KP1	KP2	KP3	Kinerja_Prod
Spearman's rho	KP1	Correlation Coefficient	1.000	.565**	.482**	.807**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	55	55	55	55
	KP2	Correlation Coefficient	.565**	1.000	.466**	.797**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	55	55	55	55
	KP3	Correlation Coefficient	.482**	.466**	1.000	.816**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	55	55	55	55
	Kinerja_Prod	Correlation Coefficient	.807**	.797**	.816**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	55	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

			Andal1	Andal2	Keandalan
Spearman's rho	Andal1	Correlation Coefficient	1.000	-.119	.469**
		Sig. (2-tailed)	.	.387	.000
		N	55	55	55
	Andal2	Correlation Coefficient	-.119	1.000	.780**
		Sig. (2-tailed)	.387	.	.000
		N	55	55	55
	Keandalan	Correlation Coefficient	.469**	.780**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

			K.Melayani	Fitur_2	Kesesuain	Total
Spearman's rho	K.Melayani	Correlation Coefficient	1.000	.528**	.476**	.829**
		Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	55	55	55	55
	Fitur_2	Correlation Coefficient	.528**	1.000	.471**	.802**
		Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	55	55	55	55
	Kesesuain	Correlation Coefficient	.476**	.471**	1.000	.784**
		Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	55	55	55	55
	Total	Correlation Coefficient	.829**	.802**	.784**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	55	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

**Correlations**

			WoM1	WoM2	WoM3	WoM4	WoM5	WoM
Spearman's rho	WoM1	Correlation Coefficient	1.000	.761**	.486**	.542**	.430**	.811**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.001	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	WoM2	Correlation Coefficient	.761**	1.000	.552**	.644**	.437**	.871**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.001	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	WoM3	Correlation Coefficient	.486**	.552**	1.000	.570**	.295*	.710**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.029	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	WoM4	Correlation Coefficient	.542**	.644**	.570**	1.000	.604**	.827**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	WoM5	Correlation Coefficient	.430**	.437**	.295*	.604**	1.000	.666**
		Sig. (2-tailed)	.001	.001	.029	.000	.	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	WoM	Correlation Coefficient	.811**	.871**	.710**	.827**	.666**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
		N	55	55	55	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

			Keputusan1	Keputusan2	Keputusan3	Keputusan4	Keputusan5	Kep_Pemb
Spearman's rho	Keputusan1	Correlation Coefficient	1.000	.397**	.472**	.649**	.710**	.821**
		Sig. (2-tailed)	.	.003	.000	.000	.000	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	Keputusan2	Correlation Coefficient	.397**	1.000	.398**	.296*	.425**	.636**
		Sig. (2-tailed)	.003	.	.003	.028	.001	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	Keputusan3	Correlation Coefficient	.472**	.398**	1.000	.362**	.388**	.645**
		Sig. (2-tailed)	.000	.003	.	.007	.003	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	Keputusan4	Correlation Coefficient	.649**	.296*	.362**	1.000	.747**	.787**
		Sig. (2-tailed)	.000	.028	.007	.	.000	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	Keputusan5	Correlation Coefficient	.710**	.425**	.388**	.747**	1.000	.847**
		Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.000	.	.000
		N	55	55	55	55	55	55
	Kep_Pemb	Correlation Coefficient	.821**	.636**	.645**	.787**	.847**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
		N	55	55	55	55	55	55

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Correlations**

	Kep_Pemb	Dayatahan	Kemampuan	Estetika	Kual_Persepsi	Kinerja_Prod	Fitur	Keandalan	Kesesuaian	WoM	
Pearson Correlation	Kep_Pemb	1.000	.703	.603	.556	.636	.596	.721	.143	.508	.693
	Dayatahan	.703	1.000	.547	.595	.646	.620	.599	.162	.576	.479
	Kemampuan	.603	.547	1.000	.367	.537	.723	.532	-.051	.499	.495
	Estetika	.556	.595	.367	1.000	.608	.529	.219	.466	.501	
	Kual_Persepsi	.636	.646	.537	.608	1.000	.603	.468	.250	.341	.492
	Kinerja_Prod	.596	.620	.723	.563	.603	1.000	.559	.134	.525	.553
	Fitur	.721	.599	.532	.529	.468	.559	1.000	.237	.468	.643
	Keandalan	.143	.162	-.051	.219	.250	.134	.237	1.000	.098	.122
	Kesesuaian	.508	.576	.499	.466	.341	.525	.468	.098	1.000	.306
	WoM	.693	.479	.495	.501	.492	.553	.643	.122	.306	1.000
Sig. (1-tailed)	Kep_Pemb	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.150	.000	.000
	Dayatahan	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.118	.000	.000
	Kemampuan	.000	.000	.	.003	.000	.000	.000	.355	.000	.000
	Estetika	.000	.000	.003	.	.000	.000	.000	.054	.000	.000
	Kual_Persepsi	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.033	.005	.000
	Kinerja_Prod	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.165	.000	.000
	Fitur	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.040	.000	.000
	Keandalan	.150	.118	.355	.054	.033	.165	.040	.	.239	.188
	Kesesuaian	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.239	.	.012
	WoM	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.188	.012	.
N	Kep_Pemb	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Dayatahan	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Kemampuan	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Estetika	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Kual_Persepsi	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Kinerja_Prod	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Fitur	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Keandalan	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	Kesesuaian	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
	WoM	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

**Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453.894	9	50.433	13.550	.000 <sup>b</sup>
	Residual	167.488	45	3.722		
	Total	621.382	54			

a. Dependent Variable: Kep\_Pemb

b. Predictors: (Constant), WoM, Keandalan, Kesesuaian, Kual\_Persepsi, Kemampuan, Estetika, Fitur, Dayatahan, Kinerja\_Prod

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DT1	83.11	141.506	.617	.926
DT2	82.47	141.661	.659	.926
Kemampuan	82.67	141.224	.658	.925
E1	81.96	144.184	.607	.927
E2	82.27	141.128	.655	.925
KD1	82.42	145.544	.484	.928
KD2	82.64	141.310	.707	.925
KP1	82.47	143.069	.623	.926
KP2	82.35	141.267	.709	.925
KP3	82.29	143.692	.495	.928
Fitur	82.93	139.809	.761	.924
Andal1	82.29	145.210	.561	.927
Andal2	84.20	156.385	-.108	.941
Kesesuaian	82.55	143.882	.547	.927
WoM1	83.13	138.780	.725	.924
WoM2	83.02	139.314	.712	.924
WoM3	83.42	140.359	.579	.927
WoM4	83.15	142.608	.523	.928
WoM5	82.80	145.830	.378	.930
Keputusan1	83.00	137.889	.762	.924
Keputusan2	82.49	145.699	.482	.928
Keputusan3	82.64	144.717	.463	.929
Keputusan4	83.20	136.533	.705	.924
Keputusan5	82.91	136.603	.862	.922



## Koefisien Detereminasi (R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.855 <sup>a</sup>	.730	.677	1.929	1.695

a. Predictors: (Constant), WoM, Keandalan, Kesesuaian, Kual\_Persepsi, Kemampuan, Estetika, Fitur, Dayatahan, Kinerja\_Prod

b. Dependent Variable: Kep\_Pemb

## Uji t (Parsial)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.296	2.158		.137	.892		
	Dayatahan	.562	.305	.231	1.842	.072	.382	2.620
	Kemampuan	.429	.536	.103	.801	.427	.363	2.756
	Estetika	-.044	.280	-.018	-.156	.877	.458	2.182
	Kual_Persepsi	.557	.330	.205	1.691	.098	.407	2.454
	Kinerja_Prod	-.170	.236	-.095	-.718	.477	.339	2.954
	Fitur	1.143	.514	.266	2.224	.031	.420	2.381
	Keandalan	-.085	.220	-.033	-.387	.700	.819	1.221
	Kesesuaian	.444	.458	.101	.968	.338	.551	1.815
	WoM	.290	.108	.295	2.686	.010	.496	2.016

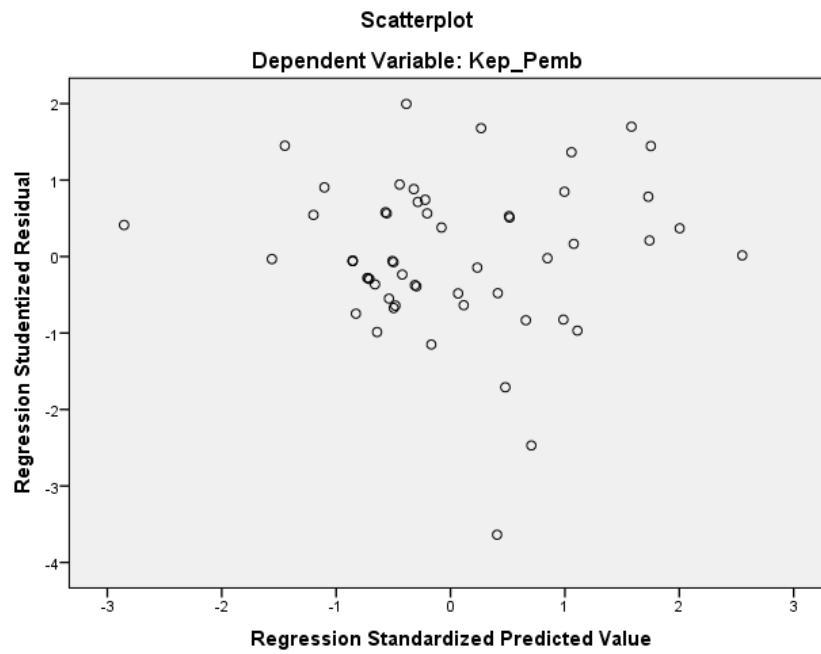
a. Dependent Variable: Kep\_Pemb

### Coefficients<sup>a</sup>

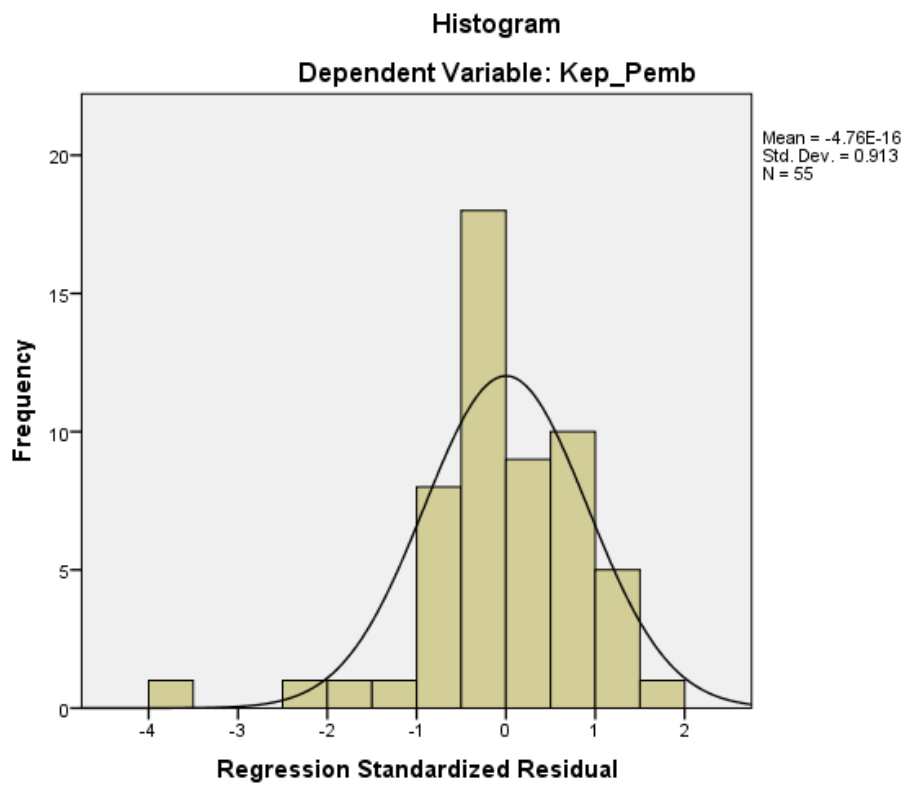
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.296	2.158		.137	.892		
	Dayatahan	.562	.305	.231	1.842	.072	.382	2.620
	Kemampuan	.429	.536	.103	.801	.427	.363	2.756
	Estetika	-.044	.280	-.018	-.156	.877	.458	2.182
	Kual_Persepsi	.557	.330	.205	1.691	.098	.407	2.454
	Kinerja_Prod	-.170	.236	-.095	-.718	.477	.339	2.954
	Fitur	1.143	.514	.266	2.224	.031	.420	2.381
	Keandalan	-.085	.220	-.033	-.387	.700	.819	1.221
	Kesesuaian	.444	.458	.101	.968	.338	.551	1.815
	WoM	.290	.108	.295	2.686	.010	.496	2.016

a. Dependent Variable: Kep\_Pemb

## Uji Heteroskedastisitas

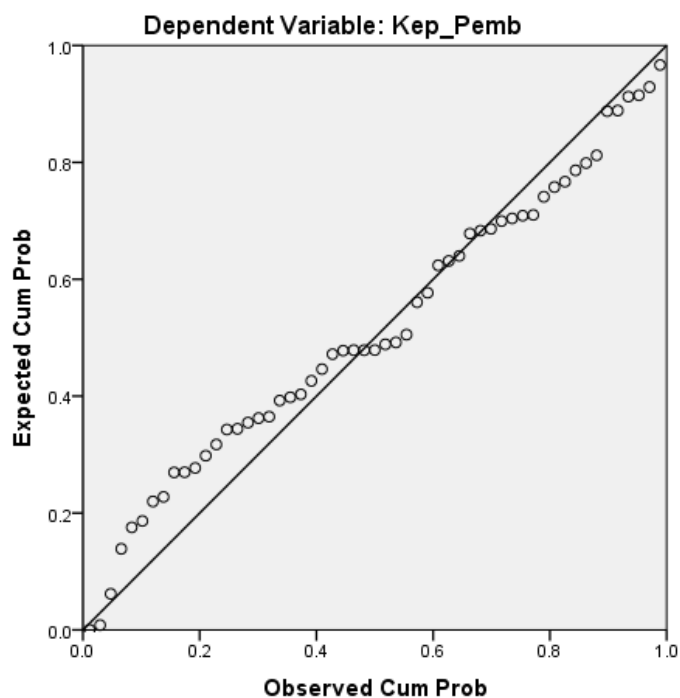


## Grafik Histogram Uji Normalitas



## Hasil Uji Normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.296	2.158		.137	.892		
	Dayatahan	.562	.305	.231	1.842	.072	.382	2.620
	Kemampuan	.429	.536	.103	.801	.427	.363	2.756
	Estetika	-.044	.280	-.018	-.156	.877	.458	2.182
	Kual_Persepsi	.557	.330	.205	1.691	.098	.407	2.454
	Kinerja_Prod	-.170	.236	-.095	-.718	.477	.339	2.954
	Fitur	1.143	.514	.266	2.224	.031	.420	2.381
	Keandalan	-.085	.220	-.033	-.387	.700	.819	1.221
	Kesesuaian	.444	.458	.101	.968	.338	.551	1.815
	WoM	.290	.108	.295	2.686	.010	.496	2.016

a. Dependent Variable: Kep\_Pemb

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Fadhilah Harahap  
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan / 23 Februari 2002  
Alamat : Villa Gading Mas 1 Blok G Nomor 3, Marendal, Medan  
Agama : Islam  
Nama Ayah : Ir H Ahmad Safii Harahap MBA  
Nama Ibu : (Almh) Hj Mariana Siregar  
Nama Saudara Kandung : Putri Sarinah Harahap  
Army Hendra Harahap SE  
Raja Arif Hidayah Harahap S.Kom

### **Riwayat Pendidikan**

Tahun 2013 Lulus SD Swasta Eria Medan

Tahun 2016 Lulus SMP MTsN 1 Medan

Tahun 2019 Lulus MAN 3 Medan

Tahun 2019 Terdaftar sebagai Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara

Demikian daftar Riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat di gunakan dengan sebaiknya.

Medan, 11 Mei 2023

Penulis

Fadhilah Harahap



### **Lembar Pengesahan Tidak Plagiat**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadhilah Harahap

NPM : 71190312096

Fakultas : EKONOMI

Program Studi : MANAJEMEN

Konsentrasi : PEMASARAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH ( Studi Pada Konsumen Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)

Dengan ini saya menyatakan bahwa hasil skripsi yang telah saya buat ini adalah hasil karya saya sendiri dan benar adanya. Jika penulisan skripsi ini di kemudian hari adalah hasil plagiarisme karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi akademik berdasarkan peraturan fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak di paksakan

Medan, 11 Mei 2023

Hormat Saya,

(Fadhilah Harahap)