

**PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH
(Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

FERA HERAWATI

20210510142



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK

WARDAH

(Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

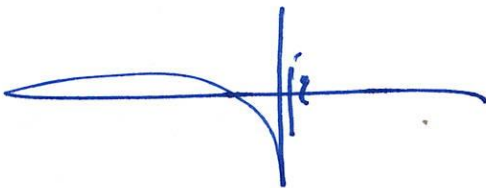
Fera Herawati

20210510142

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si

NIK. 4103038971054

Penguji II,



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E. Sy

NIK. 41038091296

Penguji III,



Faishal Rahimi, S.E., M.M

NIK. 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK

WARDAH

(Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)

DISETUJI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400



Faishal Rahimi, S.E., M.M
NIK. 410110920236

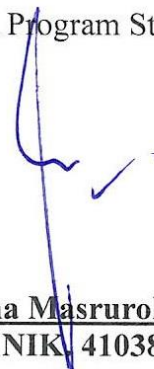
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH (Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)**”. Ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya seni ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya seni ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Fera Herawati
20210510142

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi, tak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

“Hidup bukanlah tentang Aku Bisa Saja, namun tentang Aku Mencoba. Jangan pikirkan tentang kegagalan, itu adalah pelajaran.”

PERSEMBAHAN

Dengan menucap syukur atas rahmat Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, keluarga dan orang-orang tersayang, tak lupa juga untuk diri saya sendiri yang telah berjuang hingga sampai pada titik ini.

**PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH
(Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)**

**Fera Herawati (20210510142) Pembimbing I : Dr. Dadang Suhardi, S.E.,
M.M, Pembimbing II : Faishal Rahimi, S.E., M.M.**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, *online customer review* dan media sosial secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian lipstik wardah pada konsumen wardah di kabupaten kuningan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pengumpulan data digunakan dengan cara membagikan kuesioner melalui *gform*. Sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 140 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan variabel citra merek, *online customer review* dan media sosial sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek, *online customer review* dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, *Online Customer Review*, Media Sosial, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, ONLINE CUSTOMER
REVIEW AND SOCIAL MEDIA ON PURCHASING
DECISION WARDAH LIPSTICK
(Survey on Wardah Consumers in Kuningan Regency)***

**Fera Herawati (20210510142) Supervisor I : Dr. Dadang Suhardi, S.E.,
M.M, Supervisor II : Faishal Rahimi, S.E., M.M.**

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of brand image, online customer reviews and social media simultaneously or partially on the purchase decision of wardah lipstick in wardah consumers in Kuningregency. The research method used is a descriptive method. Data collection is used by distributing questionnaires through gform. The sample taken in this study was 140 respondents using purposive sampling technique. The data analysis used was multiple linear regression analysis with brand image variables, online customer reviews and social media as independent variables and purchase decisions as dependent variables. The results of the study show that (1) brand image, online customer reviews and social media together affect consumer purchase decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on purchase decisions, (3) Online customer reviews has a positive and significant effect on purchase decisions, and (4) social media has a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Online Customer Review, Social Media, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, *Online Customer Review* Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan)”**.

Adapun penyusunan usulan penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Terelesaiannya usulan penelitian ini penulis telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan usulan penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang sudah berkontribusi yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu sehingga penyusunannya bisa selesai tepat waktu.

Akhir kata atas segala kekurangannya, penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan pengetahuan bagi penulis dan semua pihak yang membacanya untuk menjadi pengembangan penelitian selanjutnya.

Kuningan, Juni 2025

Fera Herawati

20210510142

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobilalamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH(Survei Pada Konsumen Wardah Di Kabupaten Kuningan).**”

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Kepada kedua Orang Tua saya tersayang yaitu Bapak Mis’ad Mulyana dan Ibu Sukmi yang selalu memberikan do’a dan dukungan yang tiada henti kepada penulis dan memberikan kasih sayang yang tulus dan terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, dan selalu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Untuk pintu surgaku, seorang ibu yang luar biasa. Terimakasih telah melahirkan dan merawat saya dengan kasih sayang dan penuh cinta serta diiringi do’a yang tiada hentinya. Saya ucapkan terimakasih banyak kepada kedua orang tuaku yang selalu mengusahakan apapun itu untuk anaknya hingga menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan.
2. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I, wakil dekan II yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
3. Faishal Rahimi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Wachjuni, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.

6. Dr. Lili Karmela Fitriani, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Seluruh dosen serta staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Kepada kakak tersayang Andre Sudiyana dan Upi Sofiyaturrohman. Terimakasih banyak atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.
10. Untuk sahabat-sahabatku yaitu Diana Putri Nurhaliza, Euis Nurrahmawati, Khrisma Sukma Dewi, Putri Regina Pebrianti, Ria Riyanti, dan Yupitasari yang selalu memotivasi dan semangat yang luar biasa. Terimakasih atas segala dukungan, bantuan dan doanya yang kalian berikan kepada penulis.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya yang berinisial D terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang selalu menjadi penyemangat serta mendengarkan keluh kesah penulis dan juga berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, materi dan senantiasa sabar menghadapi sikap penulis. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
12. Terakhir, penulis mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah walau sesulit apapun skripsi ini, penulis tetap ingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit. Tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba sebab “Skripsi yang berhasil adalah skripsi yang selesai.”

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I..... 1

PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 11

1.3. Tujuan Penelitian..... 11

1.4. Manfaat Penelitian..... 11

BAB II 13

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 13

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Manajemen Pemasaran..... 13

2.1.2 Perilaku Konsumen 14

2.1.3 Keputusan Pembelian..... 18

2.1.4 Citra Merek 23

2.1.5 *Online Customer Review*..... 27

2.1.6 Media Sosial..... 30

2.1.7 Hubungan Antar Variabel 34

2.1.8 Penelitian Terdahulu 36

2.2. Kerangka Berpikir 39

2.3. Hipotesis 41

BAB III.....	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	42
3.2 Operasional Variabel	42
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.4 Jenis dan Sumber Data	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Sumber Data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Uji Instrumen.....	46
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Analisis Deskriptif	51
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	53
3.7.4 Koefisien Determinasi.....	53
3.7.5 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Deskripsi tentang Produk Wardah	55
4.1.2 Deskripsi Identitas Responden.....	56
4.1.3 Analisis Deskriptif	60
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi	72
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	73
4.2. Pembahasan	75
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79

5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award.....	6
Tabel 1. 2 Data Penjualan Lipstik Wardah	7
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Interval	46
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	48
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	48
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Media Sosial (X3).....	49
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	60
Tabel 4. 6 Analisis Deskripsi Citra Merek (X1)	61
Tabel 4. 7 Analisis Deskripsi <i>Online Customer Review</i> (X2).....	63
Tabel 4. 8 Analisis Deskripsi Media Sosial (X3).....	65
Tabel 4. 9 Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merek Lipstik Terlaris.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4. 1 Produk Lipstik Wardah	56