

**PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN  
HARGA SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK  
SKINTIFIC**

**DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



Disusun Oleh:

CHATERINA CAHYANI

NIM: 2000011184

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
YOGYAKARTA**

**2024**

# HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA  
SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



Telah disetujui oleh:

Pembimbing

Fauziah Nur Jamal, S.E., M.M. Ph.D  
NIPM. 198306102021090111397105

Tanggal 25 Maret 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA  
SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA


Diajukan Oleh  
CHATERINA CAHYANI  
NIM: 2000011184

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta


Tanggal: 25 Maret 2024

Yang terdiri dari

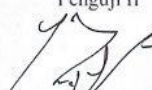
Ketua

  
Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.  
NIP. 196205021987032001

Penguji I

  
Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIP. 60010373

Penguji II

  
Fauziyah Nur Laila, S.E., M.M.Ph.D  
NIPM. 198306102021090111397105

Mengetahui

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan



  
Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR  
NIPM. 197006201996010110784345

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

Yang menyatakan



Praterina Cahyani

NIM: 2000011184

Saksi 1, Ketua Tim Penguji

Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si  
NIP. 196205021987032001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji

Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si  
NIP. 60010373

Saksi 3, Anggota Tim Penguji

Fauziah Nuf Jamal, S.E., M.M., Ph.D  
NIP.M. 198306102021090111397105

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Chaterina Cahyani

Nim : 2000011184

Email : chaterina2000011184@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **Peran Faktor *Word of mouth*, *Brand Image* dan Harga Sebagai Anteseden Minat Beli Produk Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

Yang menyatakan



Chaterina Cahyani

NIM: 2000011184

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chaterina Cahyani

NIM : 2000011184

E-mail : chaterina2000011184@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (**mengizinkan / tidak-mengizinkan**)\* karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

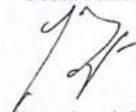
Yang menyatakan



Chaterina Cahyani

NIM: 2000011184

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Fauziah Nur Jamal, S.E., M.M. Ph.D

NIPM. 198306102021090111397105

## **MOTTO**

"Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya."

(Q.S Al-Zalzalah: 7)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul “PERAN FAKTOR *WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA SEBAGAI ANTESEDEN MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, nasihat, dan do’a dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M. T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan dan fasilitas kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan dalam melakukan penelitian ini.
4. Ibu Fauziah Nur Jamal, SE., M.M. Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran kepada penulis dengan penuh kesabaran selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini berlangsung.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kedua orang tua saya AKP Agus Purwanto S.H. dan Ibu Sri Wardani S.Pd. yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat, dan do’a yang tak henti



kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan umur panjang dan kesehatan untuk menyaksikan kesuksesan penulis.

7. Kakak-kakak saya tercinta Arbi Graha Pradana dan Meilania Nanda Dewi yang selalu memberikan do'a, motivasi, dan hiburan kepada penulis dalam keadaan apapun.
8. Sahabat-sahabat di bangku perkuliahan (Aldi Isrofi Khusnadi, Prasasti Shabrina, Annisa Nur Rahmawati, Deswita Rindiani, Bella Vernanda, Deviana Vida, Syarifah Pakung, Dewi Kurniawati, Cheyza Andryana, Andra Galih Firmansyah, Rozaq Aji, Dimas Maulana, dan Restu Fadlurrahman) yang sudah kebersamai penulis dari awal kuliah hingga saat ini. Terima kasih telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
9. Teman-teman penulis: Viona Maulida, Putri Eka, Putri Tria, Nadya Rhomadani, dan Agatha Sefira dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberikan dukungan dan meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah penulis.
10. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dan seluruh pihak yang turut membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga segala bentuk dukungan, do'a, dan bantuan menjadi amal baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Saya selaku penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. *Aamiin*.

Yogyakarta, ..... 2024

Chaterina Cahyani  
NIM: 200001118

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	6
C. TUJUAN PENELITIAN .....	6
D. MANFAAT PENELITIAN .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. KAJIAN TEORI .....	8
B. PENELITIAN TERDAHULU .....	17
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
A. POPULASI DAN SAMPEL .....	22
B. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL .....	23
C. TARGET SAMPEL.....	23
D. JENIS DAN SUMBER DATA .....	23
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	24
F. DEFINISI OPERASIONAL .....	25
G. TEKNIK ANALISIS DATA .....	27
<b>BAB IV ANALISIS DATA</b> .....	<b>32</b>

A. ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN.....	32
B. ESTIMASI MODEL PENGUKURAN ( <i>OUTER MODEL</i> ).....	34
C. MODEL STRUKTURAL ( <i>INNER MODEL</i> ).....	37
D. PEMBAHASAN .....	41
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>44</b>
A. KESIMPULAN.....	44
B. KETERBATASAN PENELITIAN .....	44
C. SARAN .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perawatan Wajah Terlaris di <i>E-commerce</i> .....	3
Gambar 1.2 Data Penjualan MS Glow dan Skintific .....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	21
Gambar 2.2 Model Struktural.....	21
Gambar 4.1 Model Struktural.....	38

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Skala Likert .....	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4.2 Nilai <i>Convergent Validity</i> .....	35
Tabel 4.3 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	36
Tabel 4.4 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	37
Tabel 4.5 Nilai <i>R-Square</i> .....	39
Tabel 4.6 Nilai <i>Path Coefficients</i> Hipotesis .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	52
Lampiran 2 <i>Output SMARTPLS 4.0</i> .....	56
Lampiran 3 Tabulasi Data .....	58

## INTISARI

Dengan berkembangnya perekonomian, teknologi, dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan sudah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian orang, khususnya kaum hawa. Fenomena ini mendukung munculnya banyak perusahaan meluncurkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan perawatan kecantikan masyarakat. Namun diperlukan suatu strategi pemasaran guna mendukung penjualan pada produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, *brand image* dan harga terhadap minat beli produk Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan *software SmartPLS SEM (Partial Least Squares – Structural Equation Modeling)* untuk pengolahan data. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli produk Skintific di DIY. 2) *Brand image* berpengaruh positif terhadap minat beli produk Skintific di DIY. 3) Harga berpengaruh positif terhadap minat beli produk Skintific di DIY. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi perusahaan berupa mengembangkan strategi *word of mouth* dengan harapan meningkatkan minat beli konsumen. Sedangkan bagi penelitian yang akan datang diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Word of mouth*, *brand image*, harga, minat beli, SEM PLS