

**PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM, *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MASCARA MAYBELLINE PADA MAHASISWI DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan
Untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen



Ria Anggraeni
No. mhs. 111801292

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN
NEGARA YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI MELALUI INSTAGRAM, *WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MASCARA MAYBELLINE PADA MAHASISWI DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh: Ria Anggraeni

No. Mhs. 111801292

Yogyakarta, 23 Juni 2022 Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra, Sri Ekanti Sabardini M, Si

LEMBAR PENGESAHAN**PENGARUH PROMOSI MELALUI INSTAGRAM, *WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MASCARA MAYBELLINE PADA MAHASISWI DI
YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan

Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 23 Juni 2022

Yang terdiri atas:

Ketua,



Tri Utomo Prasetyo, S.E, M.Ec.Dev

Anggota



Dra, Sri Ekanti Sabardini M, Si

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Promosi melalui Instagram, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mascara Maybelline pada Mahasiswi di Yogyakarta” dan diajukan untuk diuji pada 17 Juni 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya telah melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 23 Juni 2022

Yang memberikan pernyataan,



Ria Anggraeni

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:



Dra, Sri Ekanti Sabardini M, Si

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi



Tri Utomo Prasetyo, S.E, M.Ec.Dev

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang selalu ada memberikan dukungan, semangat, nasihat yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

Kedua orang tua yang selalu sabar dalam mendidik dan mendukung saya baik material maupun non material sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dosen pembimbing saya, Ibu Dra, Sri Ekanti Sabardini M, Si yang selalu sabar dan baik dalam membimbing saya sehingga terselesaikan skripsi ini.

Dosen penguji saya, Bapak Tri Utomo Prasetyo, S.E, M.Ec.Dev yang selalu memberikan masukan dan arahan skripsi saya.

Bapak/Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN yang telah memberikan masukan, pendidikan, pengalaman, dan lain-lain.

Teman-teman yang telah banyak memberi support dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”

-Bobby Unser-

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

-Ridwan Kamil-

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa seringsaya jatuh dan berhasil bangkit kembali.”

-Nelson Mandela-

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi melalui Instagram, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mascara Maybelline pada Mahasiswi di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat sarjana Program Studi Manajemen STIM YKPN Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan hingga terwujudnya laporan ini, penulis banyak memperoleh dukungan, motivasi, perhatian, semangat dan bantuan dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat, serta karunianya selama penulis menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orangtua tercinta, serta keluarga dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, dan memberikan dukungan moril dan materill yang tak ternilai selama penulis menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sepenuh hati dan tenaga membimbing serta memotivasi penulis
4. Bapak Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua STIM YKPN Yogyakarta.

5. Bapak/Ibu dosen serta karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN yang telah memberikan pendidikan berupa ilmu, pengalaman, dan lain-lain yang bermanfaat di kemudian hari.
6. Mahasiswi pengguna Mascara Maybelline di Yogyakarta selaku responden dalam penelitian ini.
7. Sahabat dan teman-teman Ningtyas, Adelweis, Resti, Rully, Sonya, Nisa yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan, semangat dan motivasi selama penulisan skripsi ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Angkatan 2018
9. Tak lupa kepada semua orang yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya di masa mendatang.

Yogyakarta 23, Juni 2022

Ria Anggraeni

ABSTRAK

Kualitas yang diberikan oleh kosmetik Mascara Maybelline menjadi keunggulan utama yang dapat menjadi kunci sukses produk mascara tersebut untuk bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui instagram, *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk mascara maybelline pada mahasiswi di Yogyakarta. Sampel sejumlah 160 responden merupakan mahasiswi yang tinggal di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian dan sedang menggunakan Mascara Maybelline dalam jangka waktu selama 6 (enam) bulan terakhir. Keseluruhan responden tersebut 100% berjenis kelamin wanita. 158% berusia 17-25 tahun, 63,125% merupakan responden dari perguruan tinggi STIM YKPN, 48,125% mahasiswi dengan uang saku Rp. 500.000-1.000.000. Setelah dilakukan uji instrumen, uji asumsi dasar, dan uji asumsi klasik maka diketahui bahwa semua variabel/item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, uji t, ditemukan bahwa promosi melalui instagram secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan, *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: Promosi melalui Instagram, *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The quality provided by Maybelline Mascara cosmetics is the main advantage that can be the key to the success of these mascara products to compete. This study aims to determine the effect of promotion via Instagram, word of mouth and product quality on purchasing decisions for Maybelline mascara products for students in Yogyakarta. A sample of 160 respondents are female students who live in Yogyakarta who have made a purchase and are currently using Maybelline Mascara within the last 6 (six) months. All of the respondents were 100% female. 158% aged 17-25 years, 63.125% are respondents from STIM YKPN tertiary institutions, 48.125% are students with an allowance of Rp. 500,000-1,000,000. After testing the instrument, testing the basic assumptions, and testing the classical assumption, it is known that all the variables/question items can be used for research. After testing the instrument, testing the basic assumptions, and testing the classical assumption, it is known that all the variables/question items can be used for research. Based on the results of the multiple linear regression test, t test, f test it was found that promotion via Instagram partially has no positive and signific, word of mouth partially have a positive and significant effect, product quality partially have a positive and significant effect.

Keywords: *promotion via Instagram , Word of Mouth, Product Quality, Purchase Decision*

DAFTAR TABEL

Table 1.1.....	4
Table 2.1.....	16
Table 4.1.....	41
Table 4.2.....	42
Table 4.3.....	43
Table 4.4.....	44
Tabel 4.5.....	45
Table 4.6.....	47
Table 4.7.....	49
Table 4.8.....	50
Table 4.9.....	51
Tabel 4.10.....	52
Tabel 4.11.....	54
Table 4.12.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian... ..	16
Gambar 4.1 Jenis-jenis Mascara Maybelline... ..	42

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Pemasaran	8
B. Promosi	8
C. Media Sosial Instagram.....	9
D. Word of Mouth.....	10
E. Kualitas Produk.....	13
F. Keputusan Pembelian.....	14
G. Penelitian Terdahulu	16
H. Kerangka Penelitian	18
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Definisi Konsep.....	21
B. Definisi Operasional.....	22
C. Obyek dan Subyek Penelitian	28
D. Jenis dan Sumber Data	29
E. Metode Pengambilan Sampel.....	30

F. Metode Pengumpulan Data	32
G. Metode Analisis Data	34
BAB IV	40
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....	40
A. Gambaran Umum Mascara Maybelline	40
B. Analisis Data	42
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67