

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh

Dinda Meirizky

112101679

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan oleh

Dinda Meirizky

No. Mhs. 112101679

Yogyakarta, 22/12 2015.

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Eka Sudarusman, M.M

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI KOTA YOGYAKARTA

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

tanggal: 12 Januari 2026

yang terdiri atas:

Ketua



Rasistia Wisandianing Primadineska,
S.E, M.Sc

Anggota



Drs. Eka Sudarman, M.M

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh *Content Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kota Yogyakarta dan diajukan untuk diuji pada tanggal 12 Januari 2026 adalah hasil karya saya.

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

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

Yogyakarta, 26 Januari 2026
Yang memberi pernyataan



Dinda Meirizky

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:

Drs. Eka Sudarusman, M.M.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:

Rasistia Wsandinang Primadineska, S.E., M.Sc.

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta berkat dukungan dan doa dari orang terkasih, akhirnya skripsi dengan judul “Pengaruh *Content Marketing, Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Kota Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bahagia, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan dan kelancaran serta selalu menguatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua peneliti, yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
3. Bapak Dr. Suparmono, M.Si., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
4. Bapak dosen pembimbing, Bapak Drs. Eka Sudarusman, M.M yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberi ilmu serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, karyawan, dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan serta membantu dalam proses peneliti dalam proses kelancaran penyusunan skripsi.
6. Kerabat serta sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk mencapai keberhasilan ini.

7. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, namun telah banyak memberi dukungan baik langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidaklah lepas dari keterbatasan peneliti. Namun, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun semua pihak.

Yogyakarta, 18 Desember 2025

Dinda Meirizky

MOTTO

“Membasuh”

-Baskara&Rara Sekar-

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, *electronic word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kota Yogyakarta. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dari kuisioner. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Sampel yang digunakan sejumlah 110 responden. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seluruh variabel dalam penelitian ini memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Yogyakarta sebesar 69,6% sementara 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Content Marketing, Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of content marketing, electronic word of mouth, and product quality on purchasing decisions for Wardah products in Yogyakarta. Using a quantitative approach with primary data from questionnaires. The data analysis method uses multiple linear regression. The sample used was 110 respondents. The method used for sampling was non-probability sampling with purposive sampling technique. The results of this study indicate that content marketing and product quality influence purchasing decisions, but electronic word of mouth does not influence purchasing decisions. All variables in this study contributed 69.6% to purchasing decisions for Wardah products in Yogyakarta, while 30.4% was influenced by other factors.

Keywords: Content Marketing, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Perumusan Hipotesis	18
D. Kerangka Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Definisi Konsep.....	22
B. Definisi Operasional.....	23
C. Jenis Penelitian.....	26
D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Objek dan Subyek	27
F. Populasi dan Sampel	28
G. Metode Pengumpulan Data	29

H. Uji Instrumen	30
I. Uji Asumsi Dasar	31
J. Uji Asumsi Klasik	31
K. Analisis Regresi Linier Berganda	32
L. Spesifikasi Model Regresi	33
M. Uji Hipotesis	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	35
A. Gambaran Umum	35
B. Analisa Data	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
A. Kuesioner Responden	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Index Bedak Muka Padat Tahun 2018-2023.....	2
Gambar 1. 2 10 Brand Perawatan&Kecantikan dengan Pangsa Pasar Tertinggi di Shopee	2
Gambar 1. 3 Sumber Utama Informasi Seputar Skinker Tahun 2025	3
Gambar 2. 1 Kerangka penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Logo Wardah.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu tentang Pengaruh Variabel Independen Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedasitas	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.7 Hasil Analisi Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	44