

**PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG HAND AND BODY LOTION VASELINE  
DI MELLEBEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG**



**Disusun Oleh :**

**AFIKA OOTHRUNNADA**  
**20012010003/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2024**

**PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG HAND AND BODY LOTION VASELINE  
DI MELLEBEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**AFIKA OOTHRUNNADA**  
**20012010003/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG HAND AND BODY LOTION VASELINE  
DI MELLELEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG**

**Disusun Oleh :**

**AFIKA OOTHRUNNADA**  
**20012010003 / FEB / EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 3 Juli 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
**NIP. 196901132021212003**

**Pembimbing Utama**



**Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M**  
**NIP. 196106261988031001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

**MT**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Afika Qothrunnada  
N P M : 20012010003  
N I K : 3517136609020003  
Tempat / Tgl Lahir : Jombang / 26 September 2002  
Alamat Rumah : Dsn Kedungmangu RT 003 RW 011 Ds Kedunglosari Kec  
Tembelang Kab Jombang  
Judul Artikel : Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Dan Persepsi Harga  
Terhadap Minat Beli Ulang Hand And Body Lotion Vaseline Di  
Mellebee Beauty Be Leora Kota Jombang

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarism

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 3 Juli 2024

Yang menyatakan,



Afika Qothrunnada  
NPM. 20012010003

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION VASELINE DI MELLEBEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG"**.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun semua pihak.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi, diantaranya:

1. Bapak Prof. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Supriyono. MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses

penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Sugito, M.M. selaku dosen wali penulis yang senantiasa memberikan arahan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
7. Ibu dan Ayah saya yang tak henti mengucapkan doa serta bantuan secara material dari awal sampai akhir penyusunan skripsi
8. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dengan penuh semangat dan sangat ambisius dalam proses pengerjaan skripsi
9. Serta seluruh pihak yang terlibat dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bentuk bantuan yang diberikan.

Penulis berusaha membuat skripsi ini dengan sebaik-baiknya serta percaya bahwa ini sebagai karya terbaik yang dapat penulis persembahkan selama perjalanan perkuliahan. Disisi lain penulis menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan di dalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Sehingga penulis meminta maaf sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua kalangan yang membacanya.

Surabaya, 6 Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>viii</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Pemasaran .....	15
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.3 Brand Image .....	17
2.2.4 Word Of Mouth .....	19
2.2.5 Persepsi Harga .....	22
2.2.6 Minat Beli Ulang .....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang .....	28
2.3.2 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang .....	29
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	30

2.4 Kerangka Konseptual.....	31
2.5 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
3.1.1 Variabel Independen (X) .....	33
3.1.2 Variabel Dependen (Y).....	36
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data .....	41
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.4.1 Uji Validitas.....	42
3.4.2 Uji Reabilitas .....	43
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.5.1 Teknik Analisis Data .....	43
3.5.2 Model Indikator .....	44
3.5.3 Cara Kerja PLS .....	47
3.5.4 Langkah – Langkah PLS.....	48
3.5.5 Asumsi PLS .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59



4.2 Karakter Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2.2 Deskripsi Variabel Brand Image.....	64
4.2.3 Deskripsi Variabel Word Of Mouth .....	66
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi harga .....	68
4.2.5 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang .....	70
4.3 Analisis Data .....	72
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier .....	72
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	73
4.4 Pembahasan .....	84
4.4.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang .....	84
4.4.2 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang .....	85
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	86
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3.1 Model Indikator Resflektif.....	45
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	46
Gambar 3.3 Model diagram Jalur.....	50
Gambar 4.1 Gambar Outer Model dengan factor loading .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Hand & Body Lotion Tahun 2029 – 2023 ....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang 2022-2023 .....	5
Tabel 1.3 Komplain Pelanggan Pada Produk Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Tahun 2024 .....	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	63
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Brand Image .....	64
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth.....	66
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	68
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	70
Tabel 4.8 Residuals Statistics <sup>a</sup> .....	73
Tabel 4.9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	74
Tabel 4.10 Cross Loading .....	76
Tabel 4.11 Average Variance Extracted (AVE).....	77
Tabel 4.12 Composite Reliability .....	78
Tabel 4.13 Latent Variable Correlations.....	79
Tabel 4.14 R-Square.....	81
Tabel 4.15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) .....	82

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	98
Lampiran 2 Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden .....	105
Lampiran 3 Uji Outlier .....	110

**PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI ULANG HAND AND BODY LOTION VASELINE  
DI MELLEBEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG**

**Oleh:**

**Afika Qothrunnada  
20012010003/FEB/EM**

**ABSTRAK**

*Brand image, word of mouth*, dan persepsi harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image, word of mouth*, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang vaseline body lotion di Mellebee Beauty Kota Jombang.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan wanita yang pernah melakukan pembelian ulang vaseline body lotion di Mellebee Beauty Kota Jombang. Sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik Purposive Sampling sebanyak 84 responden dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS).

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa 1) semakin suatu merek mudah di ingat, sesuai dengan kualitas, dan terpercaya maka semakin tinggi minat beli ulang. 2) semakin banyak orang terdekat yang mempromosikan tentang pengalaman positif dalam menggunakan Vaseline body lotion maka semakin tinggi juga minat beli ulang. 3) jika harga yang ditawarkan Vaseline body lotion sesuai dengan kualitas yang diberikan maka mempengaruhi tinggi nya minat beli ulang.

**Kata Kunci : *Brand Image; Word Of Mouth; Persepsi Harga; Minat Beli***

**Ulang**