

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MASKER ORGANIK *PERFECT SOUL***

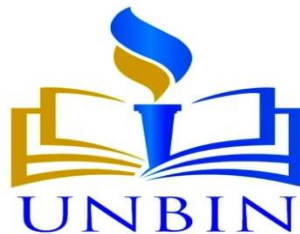
S K R I P S I

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS
DAN MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA
MEMPEROLEHGELAR SARJANA EKONOMI

OLEH

LUSIANA SABABALAT

NPM : S1-19180212



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
BINANIAGA INDONESIA
2023**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER ORGANIK *PERFECT SOUL*”**

Dengan penuh rasa kesadaran, saya penulis yakin bahwa tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu pada kesempatan yang berbahagia ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar SE., M.Ak selaku wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku wakil Rektor II, dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM. dan Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantusaya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

4. Para Dosen Pengajar Universitas Binaniaga Indonesia, yang telah dengan sabar membimbing dan mendidik penulis.
5. Para staff dan karyawan Universitas Binaniaga Indonesia.
6. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Linus Sababalat dan Ibu Rosanna Sababalat, abang saya Ignas Pripaulus Sababalat, S.Kes., kakak saya Monika Sababalat, S.Pd., dan adik saya perempuan Sumitra Ayu Sababalat dan adik laki-laki saya Lukas Sumanto Sababalat serta keluarga besar yang sudah memberikan dukungan dan doanya.
7. Teman-teman sepermainan dan teman-teman seperjuangan di Universitas Binaniaga Indonesia, yang selalukompak atas kerjasamanya.

Semoga Tuhan YME senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu. Sebagai akhir kata, dengan segala kerendahan hati Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan, baik berupa penulisan nama maupun kata-kata dalam Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan segala kritik serta saran sangat Penulis harapkan demi kesempurnaan Proposal ini.

Bogor, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah	15
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian	16
F. Kegunaan Penelitian	17
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	20
B. Manajemen Pemasaran.....	20
C. Pengertian Inovasi	21
D. Pengertian Inovasi Produk	23
E. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	29
F. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	33
G. Pengertian Keputusan Pembelian	37

H. Penelitian Terdahulu	46
I. Kerangka Pemikiran	52
J. Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	57
B. Lokasi Penelitian	57
C. Variabel Penelitian	58
D. Definisi Operasional	59
E. Populasi	62
F. Sampel	62
G. Jenis dan Sumber Data	64
H. Metode Pengumpulan Data	65
I. Teknik Analisis Data	67

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat <i>Perfect Soul</i>	79
B. Karakteristik Responden	82
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Kusioner	86
D. Analisis Data Statistik Deskriptif	94
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101

F. Analisis Regresi Berganda	105
G. Analisis Korelasi	106
H. Uji t (Parsial)	111
I. Uji F (Simultan)	144
J. Uji Koefisien Determinasi	112
K. Pembahasan	113
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	121
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR GAMBAR

1.	Penjualan Masker Organik <i>Perfect Soul</i> (<i>Instagram</i>)	8
2.	Penjualan Masker Organik <i>Perfect Soul</i> (<i>Shopee</i>)	11
3.	Bagan Tahapan Pengambilan Keputusan	44
4.	Kerangka Pemikiran	52
5.	Grafik <i>normal P-P Plot f Regresion Standardized Residual</i>	102
6.	Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	104

DAFTAR TABEL

1. Kompetitor Masker Organik.....	4
2. Data Penjualan Produk Perfect Soul	6
3. Penelitian Terdahulu	46
4. Definisi Operasional Variabel	59
5. Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	74
6. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	82
7. Profil Berdasarkan Usia	83
8. Profil Berdasarkan Pekerjaan	84
9. Profil Berdasarkan Tempat Tinggal	85
10. Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	87
11. Uji Reliabilitas Inovasi Produk	88
12. Uji Validitas variabel <i>Word Of Mouth</i>	89
13. Uji Reliabilitas variabel <i>Word Of Mouth</i>	90
14. Uji Validitas variabel <i>Brand Awareness</i>	91
15. Uji Reliabilitas variabel <i>Brand Awareness</i>	92
16. Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian	93
17. Uji Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian	94
18. Interval	95
19. Distribusi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk (X1)	96
20. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	97

21. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	98
22. Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	100
23. Hasil Uji Multikolinearitas	103
24. Uji Regresi Linear Berganda	105
25. Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda	107
26. Hasil Uji t secara Parsial	109
27. Hasil Uji F (Anova)	112
28. Hasil Uji Koefisien Determinasi	113