

SKRIPSI

PENGARUH PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION PADA JASA SYIFAISLAMIAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN SIDOARJO



Oleh :

SYIFAUL ISLAMIAH
1212200010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *PRODUCT QUALITY*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PADA JASA SYIFAISLAMIAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN
SIDOARJO**



Di Ajukan Oleh:

Syifaul Islamiyah

1212200010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION
PADA JASA SYIFAISLAMIYAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN
SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**

**DIAJUKAN OLEH :
SYIFAUL ISLAMIYAH
NBI : 1212200010**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Syifaul Islamiyah
NBI : 1212200010
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

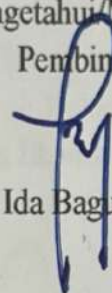
Judul Skripsi

“Pengaruh *Price Perception*, *Prooduct Quality*, dan *Electronic Word of Mouth*
Terhadap Purchase Decision Pada Jasa SyifaIslamiyah *Make Up Artist* di Kabupaten
Sidoarjo”

Surabaya, 02 Desember 2025

Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing

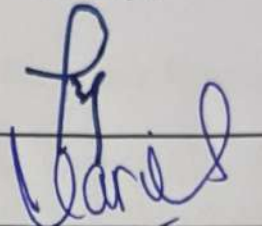
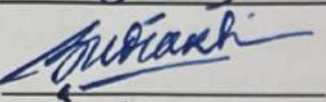
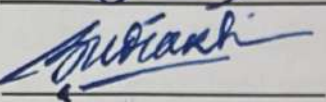
Dr. Drs. Ec Ida Bagus Cempena, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Drs. Ec Ida Bagus Cempena, MM Ketua 
2. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM Anggota 
3. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si Anggota 

Mengesahkan

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

1. Nama Lengkap : Syifaul Islamiyah
2. NBI : 1212200010
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program : Manajemen
5. NIK : 3515156111010003
6. Alamat Rumah : Jl. Kenari, Rt 08 Rw 02, Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Sidoarjo, Jawa Timur, 61252

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul ***"PENGARUH PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION PADA JASA SYIFAISLAMIAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN SIDOARJO"*** adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Sidoarjo, 10 December 2025



Syifaul Islamiyah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifaul Islamiyah

NBI/ NPM : 1212200010

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi / ~~Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION
PADA JASA SYIFAISLAMIAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN
SIDOARJO**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal :



(Syifaul Islamiyah)

KATA PEGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kesehatan, kesempatan, serta kemudahan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen serta dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION PADA JASA SYIFAISLAMIAH MAKE UP ARTIST DI KABUPATEN SIDOARJO”** dengan baik dan lancar. Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec Ida Bagus Cempena, M.M. Selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan, arahan, kritik dan saran, ilmu, serta selalu meluangkan waktu di tengah kesibukan selama proses pengerjaan skripsi. Semoga jerih payah yang telah diberikan dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa, selalu diberikan kesehatan serta rasa aman dimana pun bapak berada.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si dan Ibu Drs. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM selaku dosen penguji, terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan perhatian, serta memberikan kesempatan kepada saya untuk mempresentasikan hasil penelitian ini. Kehadiran dan arahan Bapak dan Ibu menjadi bagian penting dalam penelitian yang saya susun.
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi Bisnis.
5. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.md., SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terimakasih telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan banyak membantu kelancaran proses perkuliahan penulis.

6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua penulis, ayah dan ibu kalian adalah sumber kekuatan dan inspirasi saya. Terimakasih atas dukungan dan pengorbanan yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Semoga ayah dan ibu senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
8. Kepada saudara kandung penulis Adik Fari. Dengan rasa tulus saya ucapkan terimakasih telah memberikan perhatian serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman saya khususnya Triples, Shafa dan Lili, Nia, Elis. Terimakasih atas segala kesetiaan dan ketersediaannya di segala situasi selama menempuh pendidikan selama ini. Semoga kalian sukses dan sehat selalu dan senantiasa dalam lindungan-Nya.
10. Kepada sahabat terbaik saya Adelia dan Pebol. Dengan tulus saya ucapkan terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya, menjadi pendengar yang baik dalam segala hal tentang keluh kesah saya selama ini, menerima baik dan buruk perilaku saya, dan memberikan segala perhatian dan bantuan, semoga kalian berdua sehat selalu, murah rezeki, dan selalu dalam lindungan-Nya.
11. Kepada teman-teman saya yang lain, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya. Terimakasih banyak telah membantu saya dalam penyusunan skripsi, yang telah memberikan segala perhatian dan bantuannya.
12. Dan terakhir saya ucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri, telah bertahan dan berjuang hingga saat ini dan mampu menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya dengan senang hati menerima kritik dan saran untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Terimakasih.

Sidoarjo, 01 Desember 2025



Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Price Perception*, *Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* pada jasa SyifaIslamiyah MUA di kabupaten Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah menggunakan jasa SyifaIslamiyah MUA. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan industri jasa kecantikan yang semakin ketat, serta fenomena penurunan jumlah keputusan pada jasa SyifaIslamiyah MUA yang diduga dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas layanan rias, dan ulasan digital. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f). Objek penelitian ini adalah customer yang telah menggunakan jasa SyifaIslamiyah MUA, khususnya di kabupaten Sidoarjo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Price Perception*, *Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Decision*. Secara parsial, *Product Quality* dan *Electronic Word of Mouth* terbukti menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, sedangkan *Price Perception* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian pada jasa *make up* lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas hasil *make up* dan kekuatan rekomendasi atau ulasan media digital, bukan dipengaruhi oleh persepsi harga.

Kata Kunci : *Price Perception*, *Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth*, *Purchase Decision*, *Make Up Artist*, Jasa Kecantikan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Price Perception, Product Quality, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision for Syifa Islamiyah MUA services in Sidoarjo Regency. The research applies a quantitative approach by distributing questionnaires to respondents who have used the services of Syifa Islamiyah MUA. This study is motivated by the increasingly intense competition in the beauty service industry and the decline in purchase decisions for Syifa Islamiyah MUA, which is suspected to be influenced by price perception, service quality, and digital reviews. The data were analyzed using instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial test (t-test), and simultaneous test (F-test).

The research object consists of customers who have used Syifa Islamiyah MUA services, particularly those residing in Sidoarjo Regency. The results indicate that Price Perception, Product Quality, and Electronic Word of Mouth simultaneously influence Purchase Decision. Partially, Product Quality and Electronic Word of Mouth show a positive and significant effect on Purchase Decision, whereas Price Perception does not exhibit a significant influence. These findings suggest that purchase decisions for make-up services are more strongly driven by the quality of the makeup results and the strength of digital recommendations or reviews rather than by price perception.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision, Make Up Artist, Beauty Services.

RINGKASAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Price Perception, Product Quality, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Decision Pada Jasa SyifaIslamiyah Make Up Artist Di Kabupaten Sidoarjo” tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *Price Perception*, *Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* secara bersama-sama (simultan) terhadap *Purchase Decision* pada jasa SyifaIslamiyah Make Up Artist di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 148 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Data yang telah didapatkan diolah menggunakan SPSS versi 27 dan uji yang digunakan antara lain uji instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi sedangkan uji hipotesis yaitu uji T (simultan) dan uji F (parsial).

Hasil uji T parsial pada variabel *Price Perception* menunjukkan bahwa besarnya t hitung 0,93 dengan nilai signifikansi $0,354 > 0,05$, hal ini membuktikan bahwa *Price Perception* tidak berpengaruh signifikan. Pada variabel *Product Quality* besarnya t hitung 2,084 dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$, hal ini membuktikan bahwa *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Pada variabel *Electronic Word of Mouth* besarnya t hitung 5,597 dengan nilai signifikansi 0,000, hal ini membuktikan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*.

SUMMARY

The thesis titled *"The Influence of Price Perception, Product Quality, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision for Syifa Islamiyah Make Up Artist Services in Sidoarjo Regency"* aims to analyze the simultaneous influence of Price Perception, Product Quality, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision for Syifa Islamiyah Make Up Artist services in Sidoarjo Regency. This study employs a quantitative method with a sample of 148 respondents, selected using a purposive sampling technique. The collected data were processed using SPSS version 27, and the tests conducted included instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, and coefficient of determination, as well as hypothesis testing using the t-test (partial) and the F-test (simultaneous).

The results of the partial t-test show that the Price Perception variable has a t-value of 0.93 with a significance value of $0.354 > 0.05$, indicating that Price Perception does not have a significant influence. The Product Quality variable has a t-value of 2.084 with a significance value of $0.040 < 0.05$, demonstrating that Product Quality has a significant effect on Purchase Decision. The Electronic Word of Mouth variable has a t-value of 5.597 with a significance value of 0.000, indicating that Electronic Word of Mouth significantly influences Purchase Decision.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Bauran Pemasaran	17
2.1.4 <i>Purchase Decision</i>	20
2.1.5 <i>Price Perception</i>	22
2.1.6 <i>Product Quality</i>	24
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Hubungan Antara <i>Price Perception</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	29
2.3.2 Hubungan Antara <i>Price Perception</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	29
2.3.3 Hubungan Antara <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	30

2.3.4 Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	30
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	38
3.6.1 Definisi Variabel	38
3.6.2 Definisi Operasional	39
3.7 Proses Pengolahan Data	40
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Uji Instrumen	40
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	42
3.9.1 Uji Simultan (Uji F)	42
3.9.2 Uji Parsial (Uji t)	42
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.9.4 Koefisien Determinasi	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
4.2.5 Deskripsi Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian	47
4.3 Uji Instrumen	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.4 Analisis Data	57

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.5 Pengujian Hipotesis	59
4.5.1 Uji Simultan (Uji F)	59
4.5.2 Uji Parsial (Uji t)	60
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	61
4.6.1 Pengaruh <i>Price Perception</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Pada Jasa SyifaIslamiyah <i>Make Up Artist</i> di Kabupaten Sidoarjo	61
4.6.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Pada Jasa SyifaIslamiyah <i>Make Up Artist</i> di Kabupaten Sidoarjo	61
4.6.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Pada Jasa SyifaIslamiyah <i>Make Up Artist</i> di Kabupaten Sidoarjo	62
4.6.4 Pengaruh <i>Price Perception</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Electronic Word of</i> <i>Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Pada Jasa SyifaIslamiyah <i>Make Up</i> <i>Artist</i> di Kabupaten Sidoarjo	62
4.7 Implikasi Penelitian	62
4.8 Keterbatasan Penelitian	63
BAB V PENUTUP	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Jumlah Customer SyifaIslamiyah Make Up Artist Mei 2024–Mei 2025 ..	4
Tabel 3. 1 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Data Responden Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Data Responden Usia	46
Tabel 4. 3 Data Responden Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 4 Data Responden Domisili.....	47
Tabel 4. 5 Skala Mean.....	48
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Price Perception (X1)	48
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Product Quality	49
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Electronic Word of Mouth (X3).....	50
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Purchase Decision	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indonesia Make Up Market, Growth Rate Forecast (2025-2029)	2
Gambar 1. 2 Make Up Market : Indonesia vs Top 5 Major Economies in 2027 (Asia)	3
Gambar 1. 3 Data Pencarian MUA Google Trend (2021 – 2024).....	3
Gambar 1. 4 Jumlah Followers Instagram SyifaIslamiyah Make Up Artist.....	6
Gambar 2. 1 Marketing Mix 4P	18
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2. Tabulasi data Responden	80
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Price Perception (X1).....	85
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Product Quality (X2)	90
Lampiran 5. Tabulasi data Variabel Electronic Word of Mouth (X3)	95
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Purchase Decision (Y)	100
Lampiran 7. Karakteristik Responden.....	105
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas SPSS.....	106
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas SPSS.....	115
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas SPSS	116
Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinieritas SPSS	117
Lampiran 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS	118
Lampiran 13. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda SPSS	119
Lampiran 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi SPSS	120
Lampiran 15. Hasil Uji F (Simultan) SPSS.....	121
Lampiran 16. Hasil Uji T (Parsial) SPSS	122
Lampiran 17. Karakteristik Responden (MEAN)	123
Lampiran 18. Hasil Tunitin.....	125
Lampiran 19. Kartu Bimbingan.....	126