



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC**

**SKRIPSI**

**MARDAH PRISTY ANDRIYANI ISKANDAR**

**1810111038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

**JAKARTA**

**2022**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**MARDAH PRISTY ANDRIYANI ISKANDAR**

**1810111038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

**JAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mardah Pristy Andriyani Iskandar

NIM 1810111038

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Desember 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a faint watermark of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The signature is written in a cursive style. The watermark includes the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and the serial number '5196FAJX58949211'.

(Mardah Pristy Andriyani Iskandar)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mardah Pristy Andriyani Iskandar  
NIM : 1810111038  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk  
Somethinc**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetao mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Desember 2021  
Yang menyatakan

A 10,000 Rupiah Indonesian banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Mardah Pristy Andriyani Iskandar'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the number '10000' in large digits.

(Mardah Pristy Andriyani Iskandar)

# SKRIPSI

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**MARDAH PRISTY ANDRIYANI ISKANDAR 1810111038**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 30 Desember 2021

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



**Dra. Anastasia Bernadin Dwi M. MM**  
Ketua Penguji



**Rosali Sembiring Colia, SE., MM**  
Penguji I



**Jenji Gunaedi Argo, SE., MM**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak.,  
M., Ak., CA., CSRS**  
Dekan



**Wahyudi, SE., MM**  
Kepala Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Desember 2021

## ***Analysis of Factors Influencing Purchase Decisions on "Somethinc" Products***

**By Mardah Pristy Andriyani Iskandar**

### ***Abstract***

*This research is a quantitative study using primary data sources and the authors use descriptive and inferential analysis techniques and SmartPLS (Partial Least Square) as a tool used in this study. The purpose of this study is to show whether the purchasing decision variables are influenced by the variables of product quality, brand image, and electronic word of mouth for SomeThinc products. And the object of this research is 18 year old women who uses Somethinc products. The sample of data sources in this study was obtained by distributing it to 100 female respondents and the authors chose accidental sampling as the sampling technique used in this study. The results of data processing can be seen that: (1) purchasing decisions can be influenced by product quality (2) purchasing decisions can also be influenced by brand image (3) purchasing decisions can also be influenced by electronic word of mouth.*

***Keywords : Brand Image, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Purchasing Decisions, Somethinc.***

# **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Somethinc**

**By Mardah Pristy Andriyani Iskandar**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan penulis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial serta *SmartPLS (Partial Least Square)* sebagai alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan apakah variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, citra merek, dan electronic word of mouth untuk produk Somethinc. Dan Obyek penelitian ini adalah wanita berusia 18 tahun yang menggunakan produk Somethinc. Sampel sumber data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kepada 100 responden wanita dan penulis memilih *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa: (1) keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk (2) keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh citra merek (3) keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh elektronik dari mulut ke mulut.

**Kata Kunci :** Citra merek, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Somethinc.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Pada hari ini 30 Desember 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Mardah Pristy Andriyani Iskandar  
NIM : 1810111038  
Program : S1 Manajemen

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK “SOMETHINC”**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)

**Tim Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi M, MM	Ketua Penguji	
2	Rosali Sembiring Colia, SE., MM	Penguji I	
3	Jenji Gunaedi Argo, SE., MM	Penguji II **)	

**Catatan :**

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Desember 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprosdi Manajemen S1

Wahyudi, SE., MM



## PRAKATA

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Somethinc**” dapat diselesaikan. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE., MM selaku Ketua Jurusan, Bapak Wahyudi SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, dan tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan selama proses penyusunan penelitian ini. Serta tidak lupa penulis berterimakasih kepada jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dalam pelaksanaan penyelesaian usulan penelitian ini.

Dalam kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Papah, Mamah, Kakak, serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa serta supportnya dalam penyelesaian skripsi. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Aulia Riskia, Delia Nopianti, *Group The Queens*, *Group Insyallah Sukses*, *Maunyasi Group* serta teman-teman yang lain yang telah menjadi pendengar yang baik dan selalu memberikan dukungannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Terakhir, Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berusaha dan tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 30 Desember 2021

Mardah Pristy Andriyani Iskandar

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian .....	7
I.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.5 Kualitas Produk .....	13
2.1.6 Citra Merek .....	14
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	15
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Model Penelitian .....	21
2.4 Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
3.1.1 Definisi Operasional .....	23
3.3.2 Pengukuran Variabel .....	23
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel .....	25

3.3	Teknik pengumpulan data .....	26
3.3.1	Sumber Data .....	26
3.3.2	Pengumpulan Data.....	26
3.4	Teknik Analisa Data.....	28
3.4.2	Analisis Inferensial.....	29
3.4.3	Uji Validitas .....	31
3.4.4	Uji Reliabilitas .....	32
3.4.5	Uji Hipotesis .....	32
3.4.6	Uji R-Square ( $R^2$ ) & Adjusted R-Square .....	32
3.4.7	Uji Q-Square ( $Q^2$ ) .....	33
3.4.8	Uji T-Statistik .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	35
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	36
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	36
4.2.2	Analisis Data Deskripsi .....	38
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	41
4.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	41
4.3.1.1	Uji Validitas.....	41
4.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	44
4.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	45
4.3.2.1	Uji R-Square .....	45
4.3.2.2	Uji Q-Square .....	46
4.3.2.3	Uji Hipotesis .....	46
4.4	Pembahasan .....	48
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.4.3	Pengaruh <i>EWOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
4.5	Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>52</b>
5.1	Kesimpulan .....	52
5.2	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	20
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	24
Tabel 3. Skala Likert.....	27
Tabel 4. Kisi – Kisi Intrumen Penelitian.....	27
Tabel 5. Interpretasi Nilai <i>Loading Factor</i> .....	29
Tabel 6. <i>Outer Loading Factor</i> Kualitas Produk (X1).....	38
Tabel 7. <i>Outer Loading Factor</i> Citra Merek (X2) .....	39
Tabel 8. <i>Outer Loading Factor</i> Electronic word of mouth (X3) .....	40
Tabel 9. <i>Outer Loading Factor</i> Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 10. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	43
Tabel 11. <i>Average Variance Ecxtracted</i> (AVE).....	44
Tabel 12. <i>Composite Reliability</i> (CR).....	44
Tabel 13. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	45
Tabel 14. <i>R-Square &amp; Adjusted R-Square</i> .....	46
Tabel 15. <i>Q-Square</i> .....	47
Tabel 16. T-Statistik.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Produk Belanja <i>Online</i> Terlaris Selama Pandemi.....	2
Gambar 2. Grafik Alasan Konsumen Memilih Produk Lokal .....	3
Gambar 3. Grafik 10 <i>brand skincare</i> lokal terlaris di <i>E-Commerce</i> .....	4
Gambar 4. Model Penelitian Empiris .....	22
Gambar 5. <i>Inner Model</i> .....	30
Gambar 6. <i>Outer Model</i> .....	30
Gambar 7. Logo Somethinc .....	35
Gambar 8. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	38
Gambar 11. Nilai <i>Loading Factor</i> .....	42
Gambar 12. <i>Inner Model</i> .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu ( <i>Gap Research</i> ) .....	64
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian .....	66
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden.....	71
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden .....	80
Lampiran 5. Hasil Analisis Data Deskripsi Penelitian .....	81
Lampiran 6. Hasil Output Model SmartPLS 3.....	83
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	85