



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SKINCARE***

EMINA

SKRIPSI

LAILY AMALIA

2010111021

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

JAKARTA

2023



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SKINCARE*
EMINA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

LAILY AMALIA 2010111021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Laily Amalia

NIM : 2010111021

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

Jakarta, 26 September 2023

Yang menyatakan



(Laily Amalia)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Laily Amalia
NIM : 2010111021
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 Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk, *E-WOM*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Skincare* Emina

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 06 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Laily Amalia)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SKINCARE* EMINA

Diperiapkan dan disusun oleh:

LAILY AMALIA 2010111021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 20 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yulinia, S.E., M.M

Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M

Penguji I




Dr. Jubaedah, S.E., M.M

Dekan



Dra. Bernadin Dwi M, M.M

Penguji II (Pembimbing)


Siti Hidayati, S.E., M.M

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Desember 2023

***The Influence of Product Quality, E-WOM, and Price on
Purchasing Decisions at Emina Skincare***

By Laily Amalia

ABSTRACT

The development of the skincare industry is currently growing rapidly, competition between companies in the skincare industry is increasing. The impact of this very rapid competition is also felt by Emina. Emina plans a marketing strategy to increase customer purchasing decisions for Emina skincare. This research focuses on the influence of Product Quality, E-WOM, and Price on Emina's skincare purchasing decisions. This research is quantitative in form and uses a sample of 100 respondents. The respondents used were South Jakarta residents who have used or are currently using Emina skincare. This research uses nonprobability sampling methods and purposive sampling techniques. The analysis technique used is SEM-PLS using SmartPLS 4.0 software. The results of this research analysis show that product quality has a significant effect on purchasing decisions, E-WOM has a significant effect on purchasing decisions, and price has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, E-WOM, Price

Pengaruh Kualitas Produk, *E-WOM*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Skincare* Emina

Oleh Laily Amalia

ABSTRAK

Perkembangan industri *skincare* saat ini sedang bertumbuh pesat, persaingan antar perusahaan di industri *skincare* pun semakin banyak. Dampak persaingan yang sangat pesat ini juga dirasakan oleh Emina. Emina merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan pada *skincare* Emina. Penelitian ini berfokus pada pengaruh Kualitas Produk, *E-WOM*, dan Harga terhadap keputusan pembelian *skincare* Emina. Penelitian ini berbentuk kuantitatif dan menggunakan sampel berjumlah 100 responden. Responden yang digunakan adalah warga Jakarta Selatan yang pernah atau sedang menggunakan *skincare* Emina. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM-PLS dengan menggunakan bantuan software SmartPLS 4.0. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *E-WOM*, Harga

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Pada hari ini, Rabu 20 Desember 2023 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:
Nama : Laily Amalia
No.Pokok Mahasiswa : 2010111021
Program : Manajemen S.1

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SKINCARE* EMINA

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus **)

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|----------------------------------|---------------|--------------|
| 1 | Yulinar, S.E, M.M | Ketua | 1. |
| 2 | Rosali Sembiring Colia, S.E, M.M | Anggota I | 2. |
| 3 | Bernadin Dwi M, M.M | Anggota II**) | 3. |

Keterangan:

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

Jakarta, 24 Desember 2023

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, *E-WOM*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Skincare Emina***".

Penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak diantaranya:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'Ala atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, M.M, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
4. Ibu Siti Hidayati, S.E, M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana UPN Veteran Jakarta.
5. Ibu Dra. Bernadin Dwi M, M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan bantuan selama penyusunan usulan penelitian ini.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, doa, dan harapan selama penyusunan usulan penelitian ini.

Semoga usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan dunia akademik dan industri, khususnya dalam bidang pemasaran. Semoga tulisan ini dapat memberikan informasi dan pemahaman yang bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 27 September 2023

Laily Amalia

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN COVER..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI..... | viii |
| PRAKATA..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan..... | 10 |
| 1.4 Manfaat hasil penelitian | 10 |
| BAB II..... | 12 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1 Landasan teori | 12 |
| 2.1.1 Pengertian pemasaran | 12 |
| 2.1.2 Pengertian perilaku konsumen..... | 13 |
| 2.1.3 Pemasaran Digital | 13 |
| 2.1.4 Keputusan pembelian..... | 14 |

| | |
|--|----|
| 2.1.5 Kualitas produk..... | 16 |
| 2.1.6 <i>E-WOM</i> | 18 |
| 2.1.7 Harga..... | 21 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 24 |
| 2.3 Model penelitian..... | 36 |
| 2.3.1 Kualitas produk terhadap keputusan pembelian | 36 |
| 2.3.2 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap keputusan pembelian.. | 37 |
| 2.3.3 Harga terhadap keputusan pembelian | 37 |
| 2.4 Hipotesis..... | 38 |
| BAB III | 39 |
| METODE PENELITIAN..... | 39 |
| 3.1 Definisi operasional dan pengukuran variabel | 39 |
| 3.1.1 Definisi operasional | 39 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel..... | 40 |
| 3.2 Penentuan Populasi dan Sampel..... | 40 |
| 3.2.1 Populasi..... | 40 |
| 3.2.2 Sampel | 41 |
| 3.3 Teknik pengumpulan data | 42 |
| 3.3.1 Jenis data..... | 42 |
| 3.3.2 Sumber data | 42 |
| 3.3.3 Pengumpulan data..... | 43 |
| 3.4.1 Uji Kualitas Data | 45 |
| 3.4.2 Analisis inferensial | 48 |
| 3.4.3 Uji Hipotesis | 51 |
| BAB IV | 54 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 54 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 54 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian | 55 |
| 4.2.1 Deskripsi Data Responden..... | 56 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Data Responden..... | 59 |
| 4.3 Analisis Inferensial dan Uji Hipotesis..... | 62 |
| 4.3.1 Model Pengukuran..... | 63 |

| | |
|--|----|
| 4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 68 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis | 70 |
| 4.4 Pembahasan | 71 |
| 4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 71 |
| 4.4.2 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian | 73 |
| 4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 74 |
| BAB V..... | 76 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| 5.1 Simpulan..... | 76 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 76 |
| 5.3 Saran | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 79 |
| RIWAYAT HIDUP..... | 84 |
| LAMPIRAN..... | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Varian Skincare Emina | 3 |
| Tabel 2. E-WOM pada Skincare Emina..... | 8 |
| Tabel 3. Harga Skincare Emina | 9 |
| Tabel 4. Matriks Penelitian Sebelumnya | 34 |
| Tabel 5. Operasionalisasi Pengukuran Variabel | 40 |
| Tabel 6. Indikator Skala Likert | 43 |
| Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen Penelitian..... | 44 |
| Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks..... | 47 |
| Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian | 59 |
| Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk | 60 |
| Tabel 11. Nilai Indeks Variabel E-WOM | 61 |
| Tabel 12. Indeks Variabel Harga | 62 |
| Tabel 13. Loading Factor | 64 |
| Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE) | 65 |
| Tabel 15. Cross Loading | 66 |
| Tabel 16. Tabel Kriteria Fornell-lacker | 66 |
| Tabel 17. Composite Reliability | 67 |
| Tabel 18. cronbach's alpha | 67 |
| Tabel 19. Uji R Square..... | 69 |
| Tabel 20. PLS-predict (Q Square, RMSE, MAE)..... | 69 |
| Tabel 21. Uji Bootstraping..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik 2010-2023 | 1 |
| Gambar 2. Top 7 Brand Skincare Paling Dikenal..... | 4 |
| Gambar 3. Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia | 5 |
| Gambar 4. 10 Brand Skincare Terlaris di E-commerce | 6 |
| Gambar 5. Model Penelitian Empiris..... | 37 |
| Gambar 6. Langkah-Langkah Menggunakan PLS..... | 48 |
| Gambar 7. Pengolahan Data Inner Model..... | 50 |
| Gambar 8. Perancangan Outer Model..... | 50 |
| Gambar 9. Diagram Jalur | 51 |
| Gambar 10. Logo Emina | 54 |
| Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 57 |
| Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 58 |
| Gambar 15. Domisili Responden | 58 |
| Gambar 16. Outer Model | 63 |
| Gambar 17. Inner Model..... | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Uji Validitas..... | 85 |
| Lampiran 2. Uji Reliabilitas..... | 87 |
| Lampiran 3. Inner Model..... | 88 |
| Lampiran 4. Uji Hipotesis..... | 89 |
| Lampiran 5. Uji T Tabel..... | 90 |
| Lampiran 6. Riwayat Hidup..... | 91 |
| Lampiran 7. Kuesioner Penelitian..... | 92 |
| Lampiran 8. Hasil Turnitin..... | 108 |