



**PENGARUH EWOM, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *THE ORIGINOTE***

SKRIPSI

NASYWA DALILAH 2110111204

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

2024



**PENGARUH EWOM, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *THE ORIGINOTE***

SKRIPSI

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

NASYWA DALILAH 2110111204

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nasywa Dalilah

NIM : 2110111204

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

Jakarta, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Nasywa Dalilah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nasywa Dalilah
NIM : 2110111204
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembanan 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 EWOM, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk *The Originote***

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 : 19 Desember 2024

Yang Menyatakan,



(Nasywa Dalilah)

SKRIPSI

PENGARUH EWOM, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THE ORIGINOTE*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NASYWA DALILAH 2110111204

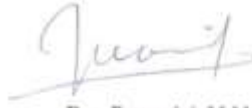
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yulimar, S.E., M.M
Ketua Penguji



Drs. Nobelsyn, M.M
Penguji I



Dra. Pusporini, M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Juhaedah, S.E., M.M
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2024

The Influence of EWOM, Brand Image and Products Quality on Purchase Decisions for The Originote Products

By: Nasywa Dalilah

Abstract:

This research aims to determine, analyze, and prove whether EWOM, brand image, and product quality have an influence on purchasing decisions for The Originote products. The population used in this research are people who live in South Jakarta and have bought and used The Originote products. The sample of this research consisted of 100 respondents who were selected using purposive sampling method with non probability sampling technique. This research is quantitative research with primary data collected through an online questionnaire using Google Form. The data analysis techniques used include descriptive analysis to provide an overview of the characteristics of respondents and research variables, as well as inferential analysis to test the relationship between variables. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method using SmartPLS 4.0 software. The results of this research indicate that the electronic word of mouth (EWOM) and product quality variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. Meanwhile, the brand image variable does not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image; EWOM; Purchase Decision; Quality Products

Pengaruh EWOM, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote*

Oleh: Nasywa Dalilah

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah EWOM, *brand image*, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *The Originote*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jakarta Selatan dan pernah membeli serta menggunakan produk *The Originote*. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik *non-probability sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik reponden dan variabel penelitian, serta analisis inferensial untuk menguji hubungan antar variabel. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* (EWOM) dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, variabel *brand image* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*; EWOM; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis, tanggal 19 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Nasywa Dalilah

No. Pokok Mahasiswa : 2110111204

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh EWOM, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote
Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / Tidak Lulus *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II (**)	

Keterangan

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

Jakarta, 19 Desember 2024

Mengesahkan

A. G. DEKAN

Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan karunia, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh EWOM, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Originote*”** sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
4. Ibu Dra. Pusporini, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini;
5. Teristimewa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orang tua tersayang dan ketiga saudara penulis atas segala doa, kasih sayang, dukungan mental, dan dukungan finansial yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan studi ini hingga akhir;
6. Teman-teman tercinta, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dedikasinya yang telah membersamai penulis hingga detik ini.

Penulis menyadari penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 19 Desember 2024

Nasywa Dalilah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian	7
I.4. Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Keputusan Pembelian	9
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	10
2.1.5 <i>Brand Image</i>	12
2.1.6 Kualitas Produk	13
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	15
2.3 Model Penelitian	25
2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4 Hipotesis.....	26

BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.1.1.	Definisi Operasional	27
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	28
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1.	Populasi.....	28
3.2.2.	Sampel.....	29
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1.	Jenis Data	30
3.3.2.	Sumber Data.....	30
3.3.3.	Pengumpulan Data	30
3.4	Teknik Analisis	32
3.4.1.	Teknik Analisis Data Deskriptif	32
3.4.2.	Teknik Analisis Inferensial	33
3.4.3.	Uji Validitas	37
3.4.4.	Uji Reliabilitas	37
3.4.5.	Uji R Square (Koefisien Determinasi)	38
3.4.6.	Uji Q Square (<i>Predictive Relevance</i>)	38
3.5.	Uji Hipotesis	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	42
4.2.1.	Deskripsi Data Responden	42
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif.....	46
4.3.	Analisis Data Inferensial	52
4.3.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
4.3.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
4.5.	Pembahasan.....	61
4.5.1.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.5.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.5.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1.	Simpulan	67
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	67

5.3.	Saran.....	68
	DAFTAR PUSTAKA	70
	RIWAYAT HIDUP	75
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3. Skala Likert	31
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen.....	31
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks	33
Tabel 6. Interpretasi Nilai Reliabilitas	38
Tabel 7. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	46
Tabel 8. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap EWOM.....	48
Tabel 9. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Brand Image	49
Tabel 10. Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	51
Tabel 11. Outer Loading	54
Tabel 12. Average Variance Extracted	55
Tabel 13. Cross Loadings.....	55
Tabel 14. Uji Reliabilitas	57
Tabel 15. Uji R-Square	58
Tabel 16. Uji Q Square.....	59
Tabel 17. Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 10 Beauty Brands dengan Penjualan Tertinggi di E-Commerce.....	2
Gambar 2. Rating ulasan produk The Originote Hyalucera Moisturizer	4
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	26
Gambar 4. Langkah-langkah PLS	34
Gambar 5. Inner Model Penelitian	35
Gambar 6. Outer Model Penelitian	35
Gambar 7. Konstruk Diagram Jalur	36
Gambar 8. Logo The Originote.....	40
Gambar 9. Produk-produk The Originote	41
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	45
Gambar 14. Outer Model	53
Gambar 15. Inner Model.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Kuesioner	76
Lampiran 2. Ulasan Negatif Terkait Kualitas Produk <i>The Originote</i>	82
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden	83
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....	98
Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif	100
Lampiran 6. Hasil Data Penelitian	102
Lampiran 7. T Tabel.....	106