

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*e-WOM*) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK EMINA**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI**

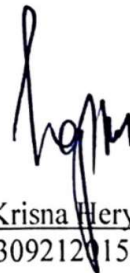
Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

Pembimbing II,



Komang Krisna Weryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Skripsi oleh Ni Putu Amilya Permata Sari
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 21 Februari 2022

Dewan Penguji,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Ketua)



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

(Anggota)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 198610291993032001

(Anggota)

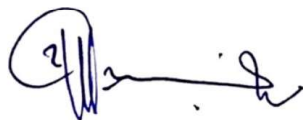
Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Pada

Hari : Senin
Tanggal : 21 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina” beserta seluruh isisnya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Amilya Permata Sari
NIM. 1817041132

MOTTO

“SETIAP KESUKSESAN TIDAK TERLEPAS DARI KEGAGALAN, *DON'T*
GIVE UP BECAUSE EVERYTHING WILL BE BEAUTIFUL IN TIME”



Amy

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena berkat rahmat bliulah skripsi ini dapat terselesaikan dengan pada waktunya. Kepada pembimbing Ni Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E.,M.M dan Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M yang selalu penuh tanggung jawab memberikan bimbingan, masukan dan saran serta senatiasa selalu mengarahkan sampai skripsi ini mengantarku pada kelulusan.

Teruntuk keluarga tercinta, I Wayan Darmayasa (Ayah), Siluh Ketut Trisnawati (Ibu), I Kadek Wahyu Wardana (Adik) yang telah bekerja keras, penuh pengorbanan dan senatiasa selalu memberikan dukungan baik moral maupun finansial demi kesuksesan dan kebahagiaanku, dan juga dengan penuh rasa sabar mengantarkanku, hingga bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Terimakasih banyak ku ucapkan untuk kasih sayang yang diberikan sampai kapanpun takkan pernah tergantikan.

Untuk teman-teman dan sahabat, kakak tingkat, dan adik tingkat di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini kebaikan kalian tak akan pernah ku lupakan.

Terimakasih

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina”** dapat diselesaikan dengan tepat pada waktunya.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi segala bentuk permasalahan dan hambatan-hambatan yang ditemui dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan juga selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang dengan penuh rasa tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Yang teristimewa Bapak (I Wayan Darmayasa) dan Ibu (Siluh Ketut Trisnawati). Selaku orang tua penulis yang tiada henti dalam memberikan motivasi, dukungan dan nasehat berupa moral dan material yang selalu menjadi penyemangat dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Terimakasih untuk sahabat penulis Anita Soraya dan Ni Kadek Dian Anggreni Pratini yang sudah banyak memberikan motivasi, semangat dan hiburan selama masa perkuliahan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman kelas G dan kelas C Manajemen Pemasaran terimakasih sudah menemani masa-masa perkulihan dengan penuh warna, sampai jumpa lagi di lain waktu dan kesempatan.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas dukungan dan motivasi serta semangat bagi penulis selama masa perkuliahan hingga samapai terselesaikannya sekripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua aspek, khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 21 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan pembelian.....	12
2.1.1.2 Dimensi Keputusan pembelian.....	13
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	14
2.1.2.2 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	15
2.1.2.3 Indikator <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	17
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	19

2.2	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4	Kerangka Berpikir.....	28
2.5	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN.....	32
3.1	Rancangan penelitian.....	32
3.2	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	32
3.2.1	Sampel Penelitian.....	33
3.3	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.	33
3.4	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.5	Metode dan Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	40
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Deskripsi Umum Responden Penelitian.....	44
4.1.2	Uji Kualitas Data.....	45
4.1.2.1	Uji Validitas.....	45
4.1.2.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	47
4.2.1	Uji Normalitas.....	47

4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.3 Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.2 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	51
4.3.3 Uji Hipotesis secara Individual/Parsial (Uji t).....	52
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.4.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.5 Implikasi.....	67
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Rangkuman.....	69
5.2 Simpulan.....	70
5.3 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Uji Glejser.....	49
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	52
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Harga Produk Emina Tahun 2021.....	3
Gambar 1.2 Penjualan Produk Emina Pada <i>E-commers</i> Shopee dan Tokopedia Periode 1-18 Februari 2021.....	4
Gambar 2.1 Paradigma Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 4.1 Struktur <i>Electronic Word of Mouth</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner.....	76
Lampiran 2 : Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 3 : Data Hasil Kuesioner Untuk Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
Lampiran 4 : Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	81
Lampiran 5 : Output Uji Asumsi Klasik.....	85
Lampiran 6 : Output Hasil Regresi Linier Berganda.....	87
Lampiran 7 : Jadwal Penelitian.....	89

