

**ANALISIS KOMPARASI *WORD OF MOUTH*,
PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN
Studi Kasus Toko Kosmetik Pandalovely Dan
Ayucitra Cosmetics**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata S-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

FAHRUL LATIFAH

1121900179

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

COVER

**ANALISIS KOMPARASI *WORD OF MOUTH*,
PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN
Studi Kasus Toko Kosmetik Pandalovely Dan
Ayucitra Cosmetics**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata S-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

FAHRUL LATIFAH

1121900179

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FAHRUL LATIFAH

NIM : 1121900179

Judul Skripsi : ANALISIS KOMPARASI *WORD OF MOUTH*, PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS TOKO KOSMETIK PANDALOVELY DAN AYUCITRA COSMETICS

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 3 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Disetujui oleh,

Dosen pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP. 20120.87.0103



Drs. Agung Pujiyanto, MM.

NPP. 20120.92.0284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjanah padatanggal 3 Juli 2023.

Dewan Penguji

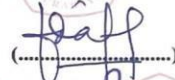
1. Drs. Agung Pujianto, MM.

Ketua


(.....)

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM.

Anggota


(.....)

3. Dra. Awin Mulyati, MM.

Anggota


(.....)

Mengesahkan,

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dra. Awin Maduwinarti, Mp

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Fahrul Latifah
Nim : 1121900179
Judul Skripsi : Analisis Komparasi *Word Of Mouth*, Promosi Melalui Instagram Dan Keputusan Pembelian Studi Kasus Toko Kosmetik Pandalovely Dan Ayucitra Cosmetics

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiasi dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantulkannya dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023
Yang Membuat Pernyataan



(FAHRUL LATIFAH)

iv

PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Fahrul Latifah
NBI/ NPM : 1121900179
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

Analisis Komparasi Word Of Mouth, Promosi Melalui Instagram Dan Keputusan Pembelian Studi Kasus Toko Kosmetik Pandalovely Dan Ayucitra Cosmetics

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (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 : 6 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(FAHRUL LATIFAH)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya terimakasih banyak atas dukungan moral dan materi yang telah diberikan kepada saya agar dapat mengembangkan pendidikan saya sampai ke jenjang yang lebih tinggi, kasih sayang dan cinta yang tidak pernah ada habisnya
2. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya dosen administrasi bisnis fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama dibangku perkuliahan.
3. Untuk orang-orang disekitar saya yang saya sayangi.

MOTTO

“The best way to get started is to quit talking and begin doing”

(Walt Disney)

“shut up and prove is the best revenge thing”

(Latifah)

ABSTRAK

Tren pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia mulai tumbuh pada tahun 2017 sampai tahun 2023 mulai mengalami kenaikan. Sehingga dapat dianalisis karena kenaikan pasar kosmetik ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Indonesia tergolong rendah. Peluang untuk beralih merek dan gonta – ganti produk cenderung tinggi ketimbang presentasi untuk loyal terhadap satu merek tertentu. Konsumen di Indonesia kebanyakan lebih suka bereksperimen dengan berbagai merek untuk produk yang sama. Peneliti memutuskan untuk membandingkan kedua toko tersebut yang sama – sama menjual kosmetik dan skincare. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* dan telah disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan Menurut Nazir (2005:58) penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Menggunakan teknik Snowball sampling adalah suatu pendekatan untuk menemukan informan - informan kunci yang memiliki banyak informasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *t independent*. Pada pembahasan setelah dilakukan beberapa uji statistik. Maka terdapat hasil analisis yang membuktikan bahwa kedua toko memiliki perbedaan pada varian *word of mouth*, promosi melalui instagram dan keputusan pembelian .

Kata kunci : *word of mouth*, promosi melalui instagram, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The growth trend of the cosmetics market in Indonesia began to grow in 2017 until 2023 it began to increase. So that it can be analyzed because the increase in the cosmetic market shows that Indonesian consumer loyalty is relatively low. Opportunities to switch brands and mutually exchange products tend to be higher than presentations to be loyal to one particular brand. Consumers in Indonesia mostly prefer to experiment with different brands for the same product. The researcher decided to compare the two stores which both sell cosmetics and skincare. In this study researchers used quantitative research methods. The quantitative approach is research based on the philosophy of positivism to examine a certain population or sample and take samples randomly. The data collection technique used in this quantitative research is to distribute questionnaires via google form and have been compiled based on the indicators that have been described. According to Nazir (2005: 58) comparative research is a type of descriptive research that wants to find answers fundamentally about cause and effect, by analyzing the factors that cause the occurrence or emergence of a particular phenomenon. Using the Snowball sampling technique is an approach to finding key informants who have a lot of information. The analysis technique used in this study is the independent t test. In the discussion after doing some statistical tests. Then there are the results of the analysis which prove that the two stores have differences in word of mouth variants, promotions via Instagram and purchasing decisions.

Keywords: *word of mouth, promotions via Instagram, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT dan juga berkah, rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komparasi *Word Of Mouth*, Promosi Melalui Instagram dan Keputusan Pembelian Studi Kasus Toko Kosmetik Pandalovely dan Ayucitra Cosmetics”. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat dalam menyelesaikan program Pendidikan S1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan saya Allah SWT, karena telah diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberi jalan untuk kemudahan dan kelancaran.
2. Orang tua saya Alm. H. Pariono yang telah meninggalkan saya semenjak semester 3 dan ibu saya Hj. Yuniati Afidah yang telah mendoakan saya serta mendukung baik secara moral dan finansial. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orang tua saya.
3. Kedua kakak saya Laila Artika dan Duwi Laili yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar bisa menyelesaikan perkuliahan sampai akhir.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Kepala Program Studi Administasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dosen pembimbing satu saya Drs. Agung Pujianto, M.M dan dosen pembimbing dua saya Dra. Diana Juni Mulyati, M.M yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan tenaga membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Sahabat saya Tasya Adela P. yang telah membantu dan menemani saya dalam

proses bimbingan dan menyemangati saya dikala sedang *down*.

7. Sahabat SMA saya Ella dan Vivi yang selalu memberi dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Serta memberikan motivasi dan saran terbaik selama mengerjakan skripsi ini.
8. Ricky Andriansyah sebagai partner spesial saya, yang telah menjadi pendamping dalam segala hal, memberikan semangat terus maju tanpa kenal menyerah dalam segala hal untuk meraih impian saya, *you are the best support system*.
9. Teman-teman seangkatan Administrasi Bisnis 2019 khususnya Caca dan Melia yang sudah sama – sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi hingga akhir.
10. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner serta seluruh pihak yang terlibat.
11. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all time.*

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya,
23 Juni 2023

Fahrul Latifah

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN	
PUBLIKASI	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	17
2.3 Definisi Konsep	35
2.4 Definisi Operasional.....	34
2.5 Pola Perbedaan Antar Variabel.....	36
2.6 Kerangka Berpikir.....	37
2.7 Hipotesis	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	41
3.3.1 Skala Pengukuran	41
3.3.2 Instrumen Penelitian	43
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	45
3.4.1 Jenis Data.....	45
3.4.2 Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	47
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Penyajian Data.....	49
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.1.3 Uji Instrumen.....	52
4.2 Tabulasi Data.....	56
4.3 Analisis Data	90
4.4 Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Rekomendasi	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil pra survey	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3.2 Interval rata – rata skor	43
Tabel 3.3 Kisi – kisi instrumen	44
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia	51
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas	53
Tabel 4.5 Uji Realibilitas	55
Tabel 4.6 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Word of Mouth</i>	56
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Data Variabel Promosi Melalui Instagram	58
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Word of Mouth</i>	62
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Data Variabel Promosi Melalui Instagram	64
Tabel 4.11 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.12 Interval Rata-rata skor	68
Tabel 4.13 Data Tabulasi Rata – Rata <i>Word of Mouth</i>	69
Tabel 4.14 Data Tabulasi Rata – Rata Promosi Melalui Instagram	72
Tabel 4.15 Data Tabulasi Rata – Rata Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.16 Data Tabulasi Rata – Rata <i>Word of Mouth</i>	77
Tabel 4.17 Data Tabulasi Rata – Rata Promosi Melalui Instagram.....	82
Tabel 4.18 Data Tabulasi Rata – Rata Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4.19 Komparasi.....	88
Tabel 4.20 Uji deskriptif	90
Tabel 4.21 Uji Homogenitas.....	91
Tabel 4.22 Uji <i>Independent Sampel t Test</i>	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia 2010-2023	1
Gambar 1.2 Logo Pandalovely	2
Gambar 1.3 Logo Ayucitra Cosmetics	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Bagian Dalam Toko Pandalovely Jombang	49
Gambar 4.2 Bagian Dalam Toko Ayucitra Cosmetics Jombang	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Uji Validitas	118
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	120
Lampiran 4 Uji Deskriptif	121
Lampiran 5 Uji Homogenitas	122
Lampiran 6 Uji <i>Independent Sampel t Test</i>	123
Lampiran 7 Scan Kartu Bimbingan	124
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Turnitin	126
Lampiran 9 Lembar Revisi Skripsi	127
Lampiran 10 Presentase Hasil Turnitin.	130