

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1**

Program Studi Administrasi Niaga



Disusun Oleh :

Fadilla Riska Maharani

NBI. 1122000064

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

2024

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1**

Program Studi Administrasi Niaga



Disusun Oleh :

Fadilla Riska Maharani

NBI. 1122000064

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

2024

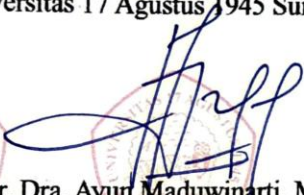
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fadilla Riska Maharani
NIM : 1122000064
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi : Administrasi Niaga
Judul : Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime di Surabaya Timur.

Surabaya, 27 Juni 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103


Dra. Sri Andayani, M.M
NPP. 20120930322

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Niaga pada 27 Juni 2024.

Dewan Penguji :

1. **Dra. Sri Andayani, M.M.**
Ketua
2. **Dra. Awin Mulyati, M.M.**
Anggota
3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Anggota

()

()

()

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fadilla Riska Maharani
NIM : 1122000064
Program Studi : Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word of Mouth, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime di Surabaya Timur.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan nama bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademi tertentu.
2. Bahwa saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagai atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebut sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi tersebut pencabutan gelar akademi yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh tanpa paksaan orang lain dan atas kesadaran penuh.

Surabaya, 27 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Fadilla Riska Maharani



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadilla Riska Maharani
NBI 1122000064
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime di Surabaya Timur.

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 27 Juni 2024

Yang Menyatakan,


(FADILLA RISKA M.)

ABSTRAK

Industri kecantikan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga menjadikan kosmetik dan *skincare* sebagai kebutuhan utama bagi Gen Z terutama wanita. Ini terjadi karena adanya perkembangan teknologi dan tren gaya hidup untuk memiliki kulit sehat, bersih, dan cerah yang menjadikan kecantikan atau penampilan sebagai salah satu hal yang utama dan juga akan menambah kepercayaan diri pada seseorang. Hal ini juga terlihat dari semakin banyaknya kosmetik dari berbagai merek yang masuk ke pasaran. Artinya semua perusahaan kosmetik perlu berkembang, bersaing dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili Surabaya Timur yang pernah menggunakan produk kosmetik Luxcrime yang dipilih dengan metode *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil sebesar 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form sebagai instrumennya. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Hasil analisis pada uji t (parsial) pada penelitian ini menyatakan bahwa secara individual variabel *electronic word of mouth*, *brand image*, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Luxcrime di Surabaya Timur. Sedangkan untuk hasil pengujian uji F (simultan) menghasilkan bahwa secara bersama-sama variabel *electronic word of mouth*, *brand image*, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Luxcrime di Surabaya Timur.

Kata kunci : *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The beauty industry in Indonesia is experiencing rapid development. So that makes cosmetics and skincare the main needs for Gen Z, especially women. This happens because of technological developments and lifestyle trends to have healthy, clean and bright skin which makes beauty or appearance one of the main things and will also increase a person's self-confidence. This can also be seen from the increasing number of cosmetics from various brands entering the market. This means that all cosmetic companies need to develop, compete and innovate to meet customer needs.

The population in this study were people living in East Surabaya who had used Luxcrime cosmetic products, selected using a purposive sampling method, where the sample taken was 100 respondents. This research is quantitative research using a questionnaire in the form of a Google form as the instrument. The analysis techniques in this research are validity test, reliability test, linearity test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, t test (partial), F test (simultaneous), and coefficient of determination test (R^2). The results of the analysis of the t test (partial) in this study stated that individually the variables electronic word of mouth, brand image, product quality had an influence on the decision to purchase Luxcrime cosmetic products in East Surabaya. Meanwhile, the results of the F test (simultaneous) showed that together the variables electronic word of mouth, brand image, product quality had an influence on the decision to purchase Luxcrime cosmetic products in East Surabaya.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan yang terdapat dalam tugas akhir skripsi ini baik secara penulisan, maupun tata bahasanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kelancaran, kesehatan, dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kepala Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M. Selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan, tenaga, motivasi, serta support kepada peneliti hingga terselesaikannya laporan tugas akhir skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, sehingga ilmu yang diajarkan dapat dimanfaatkan dikemudian hari.
7. Untuk kedua orang tua saya, yang telah memberi dukungan, doa, serta semangat selama ini.
8. Teman seperjuangan saya Fadia, Karina, Intan, dan teman yang lainnya, yang selalu memberikan semangat selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini hingga selesai.
9. Kepada Nadi Patala Shinta dan Ismiatul Ilmiah yang selalu ada di sisi penulis, serta sahabat SMA saya yaitu Devira, Amanda, Renta, dan Dea yang selalu mendukung, menghibur, dan memberi semangat selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini hingga selesai.

10. Terima kasih untuk seluruh responden saya yang telah bersedia sebagai sampel dalam penelitian tugas akhir skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja membacanya.

Surabaya, 05 Juni 2024
Penulis,

Fadilla Riska Maharani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	19
2.2.3 Atribut Produk.....	20

2.2.4 Merek (<i>Brand</i>).....	20
2.2.5 Komunikasi Pemasaran	21
2.2.6 <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
2.2.7 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	25
2.2.8 Kualitas Produk	28
2.2.9 Perilaku Konsumen	30
2.2.10 Keputusan Pebelian	32
2.3 Definisi Konsep.....	35
2.4 Definisi Operasional.....	35
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	37
2.6 Kerangka Berpikir	39
2.7 Hipotesis.....	40
BAB III METODELOGI PENELITIAN	41
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	43
3.3.1 Skala Pengukuran	43
3.3.2 Instrumen Penelitian	44
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Sumber Data	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	46

3.6.1 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.6.3 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Penyajian Data	49
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.1.3 Uji Instrumen.....	53
4.1.4 Skala Pengukuran	54
4.1.5 Tabulasi Data.....	55
4.1.6 Analisis Rata-Rata Hasil Tabulasi Jawaban Responden	68
4.2 Analisis Data	75
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	75
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.2.3 Teknik Pengujian Hipotesis.....	80
4.3 Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Rekomendasi	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Variabel dan Indikator Penelitian.....	36
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 3.2 Skala Interval	44
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas	53
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Skala Interval	55
Tabel 4.8 Tabulasi <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	55
Tabel 4.9 Tabulasi <i>Brand Image</i> (X2)	58
Tabel 4.10 Tabulasi Kualitas Produk (X3).....	61
Tabel 4.11 Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Ewom</i> (X1).....	68
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	70
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	71
Tabel 4.15 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas Variabel X1 (<i>Electronic Word Of Mouth</i>).....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Produk (X3).....	77

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolonieritas	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.22 Hasil Uji t (parsial).....	80
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Simultan).....	82
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk-produk Luxcrime	3
Gambar 1.2 Brand Makeup Lokal terlaris 2021.....	4
Gambar 1.3 Top Penjualan Produk Kosmetik 2022.....	5
Gambar 1.4 Ulasan Positif Pada Produk Luxcrime.....	6
Gambar 1.5 Komentar Negatif Pada Produk Luxcrime	6
Gambar1.6 Pengikut Tiktok Luxcrime.....	7
Gambar 1.7 Pengikut Instagram Luxcrime	7
Gambar 1.8 Produk Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake	8
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	32
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Logo Luxcrime	49
Gambar 4.2 Luxcrime Blur & Cover Two Way Cake	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	99
Lampiran 2 Tabulasi Data	103
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	116
Lampiran 4 Asumsi Klasik	120
Lampiran 5 Regresi Linier Berganda	122
Lampiran 6 Uji Hipotesis	123
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	124
Lampiran 8 SK Turnitin Bab 1,4, dan 5	126
Lampiran 9 Hasil Turnitin	127
Lampiran 10 Lembar Revisi	128