

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH SARIAYU
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur)**

SKRIPSI



Oleh :

RIMA MEILIANA RAHMAH
18012010004/FEB/EM

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2022**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH SARIAYU
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

RIMA MEILIANA RAHMAH
18012010004/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH SARIAYU
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur)**

Disusun Oleh :

RIMA MEILIANA RAHMAH
18012010004/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan**

Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 8 Juli 2022

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi/dan Bisnis**



Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama



Drs. Ec. Suprivono, M.M
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



15 JUL 2022

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu (Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)" dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian program studi pendidikan strata satu, fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua Orang tua serta Saudara yang telah banyak memberikan dorongan moril maupun materil serta kesabaran yang tidak terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Staff Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Manajemen) Univeritas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan serta masukan yang membangun agar terselesainya skripsi ini. Terima kasih banyak.

Pada akhirnya, penulis menyadari bahwa penyusun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, 18 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2 Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	12
2.2.2.1 Pengertian Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	12
2.2.2.2 Perbedaan Electronic Word of Mouth dengan Word of Mouth	14
2.2.2.3 Indikator Electronic Word of Mouth (E-WOM)	15
2.2.3 Citra Merek.....	15
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.2.3.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek	16
2.2.3.3 Indikator Citra Merek	17
2.2.4 Keputusan Pembelian	18
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.2.4.2 Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21

2.2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.3	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4	Kerangka Konseptual	24
2.5	Hipotesis	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	25
3.1.2	Pengukuran Variabel	26
3.2	Teknik Pengumpulan Sampel.....	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1	Jenis Data.....	28
3.3.2	Sumber Data	29
3.3.3	Pengumpulan Data.....	29
3.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	30
3.4.1	Uji Validitas.....	30
3.4.2	Uji Reabilitas	30
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	31
3.5.1	Teknik Analisis.....	31
3.5.1.1	Cara Kerja PLS (Partial Least Square)	31
3.5.1.2	Model Spesifikasi PLS	32
3.5.1.3	Evaluasi PLS.....	33
3.5.1.4	Langkah - langkah PLS	33
3.5.1.5	Asumsi PLS	43
3.5.1.6	Ukuran Sampel	43

3.6 Model Pengukuran Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	48
4.2.2 Deskripsi Variabel	51
4.2.2.1 Variabel Electronic Word of Mouth (E-WOM)	51
4.2.2.2 Variabel Citra Merek	52
4.2.2.3 Variabel Keputusan Pembelian	53
4.3 Analisis Data.....	54
4.3.1 Evaluasi Outliter	54
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	56
4.3.2.1 Outer Model(Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	56
4.3.2.2 Analisis Model PLS.....	62
4.3.2.3 Inner Model(Pengujian Model Struktural)	63
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis	64
4.4 Pembahasan	65
4.4.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Kategori Masker Wajah pada tahun 2018-2021.....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Electronic Word of Mouth (X1).....	51
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X2).....	52
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden mengenai Kepuasan Kerja (Y)	53
Tabel 4.7 Outlier Data.....	55
Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	56
Tabel 4.9 Cross Loading	58
Tabel 4.10 Average variance extracted (AVE).....	59
Tabel 4.11 Composite reliability.....	60
Tabel 4.12 Latent Variabel Correlations.....	61
Tabel 4.13 R-Square.....	63
Tabel 4.14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Platform Media Sosial yang Paling Banyak digunakan di Indonesia	3
Gambar 1.2 Review Produk Sariayu	5
Gambar 1.3 Ikhtisar Keuangan PT. Martina Berto Tbk tahun 2018-2020	6
Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis PLS	34
Gambar 3.2 Diagram Jalur PLS	36
Gambar 3.3 Model Pengukuran Penelitian	44
Gambar 4.1 Logo Sariayu	47
Gambar 4.2 Gambar Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	62

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH SARIAYU
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur)**

Oleh:

RIMA MEILIANA RAHMAH
18012010004/FEB/EM

Abstraksi

Dengan perkembangan teknologi dan informasi, konsep komunikasi informal seperti diskusi *online* telah berkembang hingga munculnya istilah *E-WOM (electronic word of mouth)*. Selain itu, Untuk membuat seorang konsumen menentukan dalam membeli produk pada suatu merek maka suatu merek diharapkan memiliki kelebihan atau kekuatan. Pada penelitian ini menjelaskan pengaruh *E-WOM (electronic word of mouth)* dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian masker wajah sariayu pada Mahasiswi UPN Jawa Timur. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Metode *non probability sampling* pada penelitian ini dipakai sebagai proses pengambilan sampel melalui teknik *sampling purposive* dengan responden sebanyak 50. SmartPLS menjadi alat uji pada penelitian ini. Hasil yang didapat yaitu *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, E-WOM, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*