

**PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *CREAM BLUSH* WARDAH COLORFIT
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RIZKY AMALIA AMIN
21012010163/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *CREAM BLUSH* WARDAH COLORFIT
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

RIZKY AMALIA AMIN
21012010163/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

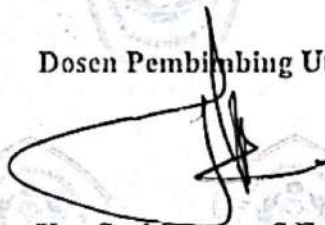
**PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *CREAM BLUSH* WARDAH COLORFIT
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

RIZKY AMALIA AMIN
21012010163/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 13 Juni 2025

Dosen Pembimbing Utama


Ugv Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

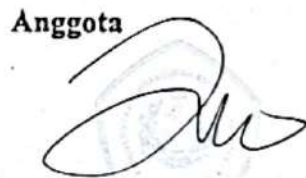
Tim Penguji
Ketua


Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001

Dosen Pembimbing Pendamping


Virginia Mandasari, S.M.B., M.S.M.
NIP. 199109122020122012

Anggota


Nurkholish Majid, S.E., M.M.
NIP. 199209282024061

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


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizky Amalia Amin
NPM : 21012010163
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rizky Amalia Amin
NPM. 21012010163

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat serta petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi berjudul "Pengaruh E-WOM dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Cream Blush* Wardah Colorfit di Kota Surabaya" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan baik. Dengan hormat dan tulus penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.M.T., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CFP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus dosen wali penulis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Dr. Muhadjir Anwar, M.M., CFP. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

5. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku pembimbing utama dan Ibu Virginia Mandasari S.M.B., M.S.M. selaku pembimbing pendamping yang senantiasa sabar memberi bimbingan dan nasehat sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
6. Seluruh dosen beserta staf program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan selama empat tahun masa studi.
7. Ayah dan Mama selaku orang tua yang setia membersamai penulis atas doa, dukungan moral dan materi, kepercayaan, serta cinta kasih yang mampu menguatkan dan memotivasi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M). Dua sosok paling berjasa dalam hidup penulis yang tak pernah berhenti bermimpi untuk melihat putri satu-satunya menempuh pendidikan setinggi-tingginya.
8. Teman-teman yang bersedia meluangkan waktu untuk menjadi wadah berbagi kisah, membantu, memberikan dukungan maupun solusi atas kesulitan yang dihadapi selama proses penyusunan skripsi yaitu Syadiva, Nelista, Mala, Cindy, seluruh anggota "Sharing is Caring" dan "Coolyeh", teman-teman semasa sekolah menengah yang bersedia bertemu dan bertukar cerita walaupun terhalang waktu dan jarak, serta seluruh teman *online* komunitas *motorsport* yang telah memberikan afirmasi positif.
9. Teman kuliah selama delapan semester di program studi Manajemen angkatan 2021 yang dipertemukan saat ospek, kelas, program bina desa,

magang, hingga satu bimbingan skripsi yang telah memberikan bantuan dan menjadi saksi perjalanan penulis.

10. 140 responden yang turut memberikan semangat, doa, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian yang menjadi faktor utama skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

11. Rizky Amalia Amin, perempuan kuat yang telah percaya, bertahan, dan memutuskan tidak menyerah di tengah perjalanan meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M.) walau sempat ragu dan ingin berhenti. Terima kasih karena mampu berdiri kembali setelah jatuh bangun berkali-kali selama empat tahun masa studi. Mengutip sajak Nadin Amizah dalam lagunya, "Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan".

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca diharapkan dapat menjadi evaluasi dan diperbaiki menjadi lebih baik di masa mendatang.

Surabaya, 13 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	18
2.2.3 Kualitas Produk	19
2.2.4 Keputusan Pembelian	21
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber dan Jenis Data	35
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.4.1 Uji Validitas	36
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	37

3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	37
3.5.1	Teknik Analisis	37
3.5.2	Cara Kerja PLS.....	40
3.5.4	Langkah-langkah PLS	41
3.5.5	Asumsi PLS	47
3.5.6	Ukuran Sampel	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1	Karakteristik.....	51
4.2.2	Karakteristik Berlandaskan Jenis Kelamin	51
4.2.3	Karakteristik Berlandaskan Tempat Tinggal.....	52
4.2.4	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel E-WOM (X1)	53
4.2.5	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kualitas Produk (X2)	54
4.2.6	Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis	58
4.3.1	Evaluasi Data Outlier	58
4.3.2	Interpretasi Hasil PLS	60
4.3.3	Analisis Model PLS.....	66
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	68
4.4	Pembahasan	69
4.4.1	Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jejaring Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Tahun 2024.....	3
Gambar 1.2 <i>Influencer Content</i> Paling Populer di Indonesia Berdasarkan Industri.....	4
Gambar 1.3 Ulasan Tentang Produk <i>Cream Blush</i> Wardah Colorfit di Instagram..	7
Gambar 1.4 Ulasan Tentang Produk <i>Cream Blush</i> Wardah Colorfit di X.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	39
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	40
Gambar 3.3 Diagram Jalur PLS	42
Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	10
Tabel 3.1 Index Skala Likert	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berlandaskan Usia	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berlandaskan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berlandaskan Tempat Tinggal	52
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai E-WOM	53
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	54
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.7 Data Outlier	59
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings</i>	60
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)	62
Tabel 4.10 <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.11 Composite Reliability	64
Tabel 4.12 Latent Variabel Correlations.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner.....	82
Lampiran 3. Hasil Olah Data SmartPLS	85

PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *CREAM BLUSH* WARDAH COLORFIT
DI KOTA SURABAYA

Oleh:

Rizky Amalia Amin
21012010163/FEB/EM

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan *make-up* sebagai bentuk menghargai diri sendiri, mengekspresikan kreativitas, dan meningkatkan rasa percaya diri menjadi salah satu alasan menjamurnya industri kosmetik dan kecantikan di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, metode *hard selling* maupun *soft selling* yang dilakukan oleh *beauty influencer* mulai tidak dipercaya oleh konsumen karena faktor kredibilitas yang masih dipertanyakan, kejujuran dalam memberikan ulasan, tingkat kepercayaan yang rendah, serta ketidakcocokan informasi yang disampaikan melalui unggahan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari E-WOM serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian *cream blush* Wardah Colorfit di wilayah Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan kuesioner daring (Google Forms). Populasi penelitian merupakan konsumen yang berdomisili di Kota Surabaya yang pernah membeli dan menggunakan produk *cream blush* Wardah Colorfit dengan jumlah sampel sebesar 140 responden yang dikumpulkan melalui metode *sampling purposive sampling*. Metode pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1-5. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *cream blush* Wardah Colorfit di Kota Surabaya.

Kata kunci: Pemasaran; E-WOM; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; *Cream Blush* Wardah Colorfit