

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *NEGATIVE E-WOM* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION BEDAK PADAT PIXY
DI SHOPEE KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

**SUSI SUSANTI
22012010223/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *NEGATIVE E-WOM* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION BEDAK PADAT PIXY
DI SHOPEE KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh :
SUSI SUSANTI
22012010223/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: 01 September 2026**

Dosen Pembimbing

**Tim Penguji
Ketua**

**Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002**

**Sulastri Irbayuni, SE, M.M
NIP. 196206161989032001**

Anggota

**Dr. Hesty Prima Rini, SE, M.M
NIP. 19841032019032010**

**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 : Susi Susanti
NPM : 22012010223
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah skripsi 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 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, 26 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan


Susi Susanti
22012010223

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalahnya kepada seluruh umat manusia. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Adapun judul yang penulis yaitu:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *NEGATIVE E-WOM* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* BEDAK PADAT PIXY DI SHOPEE KOTA SURABAYA”

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pihak-pihak yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, Crp selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si, selaku koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan panduan, masukan, dan saran yang sangat berharga, serta kesabaran dan perhatiannya selama penulisan penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan kepada peneliti.
6. Ibu, Alm. Ayah, dan Kakak yang selalu mendukung penulis baik secara mental maupun material, terima kasih atas dukungan dan do'anya yang selalu menyertai disetiap langkah penulis.
7. Kepada seluruh sahabat dan teman-teman peneliti yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu selama masa perkuliahan yang sudah menjadi pendukung terbaik.
8. Rekan-rekan di Xenopati yang selalu memberikan pengetahuan dan insight baru bagi penulis.
9. Tim Marketing Ngabsen.id yang memberikan semangat untuk tidak menyerah dan menunda pengerjaan skripsi ini
10. Apresiasi besar saya tunjukkan untuk diri sendiri. Terimakasih sudah bertahan dan berkomitmen dengan jalan yang dipilih sampai berhasil menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat serta membalas segala kebaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat

mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan pembelajaran dan perbaikan di masa yang akan datang.

Surabaya, 27 Februari 2026

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	20
2.2.3 Teori <i>Heuristic-Systematic Model</i> (HSM).....	22
2.2.4 Produk	23
2.2.5 Kualitas Produk.....	23
2.2.6 Indikator Kualitas Produk	26
2.2.7 <i>Pengertian Electronic Word of Mouth (eWom)</i>	27
2.2.8 <i>Negative Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	28
2.2.9 <i>Dimensi Negative Electronic Word of Mouth (negative e-wom)</i>	28
2.2.10 <i>Indikator Negative E-wom</i>	28
2.2.11 <i>Niat Pembelian Berulang (Repurchase Intention)</i>	30
2.2.12 <i>Indikator Repurchase Intention</i>	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 <i>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Repurchase Intention</i>	31
2.3.2 <i>Pengaruh Negative E-wom terhadap Repurchase Intention</i>	33
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34

BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional.....	35
3.1.1 Variabel Independent (Variabel Bebas)	35
3.1.2 Variabel Dependent (Variabel Terikat)	39
3.2 Pengukuran Variabel	41
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Jenis Data	44
3.4.2 Sumber Data.....	45
3.4.3 Pengumpulan Data	46
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.5.1 Uji Validitas.....	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	48
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	48
3.6.1 Teknik Analisis	48
3.6.2 Langkah Langkah PLS.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.3 Uji Model Pengukuran (Outer Model) / Measurement Model	71
4.3.1 Uji Validitas dan Realibilitas Pada First Order (Konstruk Reflektif / Reflective Construct)	71
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas pada Second Order (Konstruk Formatif / Formatif Construct).....	77
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Repurchase Intention</i>	87

4.4.2 Pengaruh <i>Negative E-wom</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
BAB V.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	98
A. Kualitas Produk (X1)	100
B. Negative e-wom (X2)	100
C. Repurchase Intention (Y)	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2018-2025	1
Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2020-20293	
Gambar 1. 3 Ulasan Shopee Sumber : Aplikasi Shopee, 2025	11
Gambar 1. 4 Ulasan Shopee	11
Gambar 1. 5 Ulasan Pelanggan di Shopee	13
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Model PLS Penelitian	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Usia Responden.....	57
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden	58
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian Bedak Padat Pixy di Shopee	59
Tabel 4.4 Lama Penggunaan Produk.....	60
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Kualitas Produk	61
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Negative E- Wom X2	64
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Repurchase Intention Y	69
Tabel 4.8 Outer Loading First Order.....	72
Tabel 4.9 Nilai AVE, Composite Reliability dan Cronbach's Alpha untuk First Order	73
Tabel 4.10 Fornell Larcker	75
Tabel 4.14 R Square	85
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis.....	86

**PENGARUH KUALITAS DAN NEGATIVE E-WOM TERHADAP
REPURCHASE INTENTION BEDAK PADAT PIXY
DI SHOPEE KOTA SURABAYA**

Susanti Susanti
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *negative electronic word of mouth (negative e-WOM)* terhadap *repurchase intention* bedak padat Pixy di Shopee Kota Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi adanya fluktuasi pangsa pasar bedak padat Pixy serta masih ditemukannya ulasan negatif konsumen pada platform Shopee yang berpotensi memengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan bedak padat Pixy melalui Shopee di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berdomisili di Kota Surabaya, berusia 17–30 tahun, pernah membaca *negative e-WOM* mengenai bedak padat Pixy di Shopee, pernah membeli produk lebih dari satu kali, serta telah menggunakan produk minimal enam bulan. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* dengan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, sedangkan *negative e-WOM* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, semakin tinggi niat pembelian ulang, sementara semakin tinggi paparan *negative e-WOM*, semakin rendah niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap bedak padat Pixy di Shopee Kota Surabaya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Negative E-WOM, Repurchase Intention, Shopee, Pixy.