

HALAMAN MOTTO

“To live for the hope of it all , and remember : this too shall pass.”

-TS

“What's meant for you will always find its way to you.”

“Let go and Let God”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah perjalanan ini. Penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang selalu mudah. Di dalamnya terdapat kisah tentang harapan yang terus dijaga, lelah yang berusaha disembunyikan, serta doa-doa yang tak pernah berhenti dipanjatkan di setiap persimpangan proses yang dilalui. Setiap halaman dalam karya ini menyimpan jejak perjuangan, pembelajaran, dan pengorbanan yang membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih kuat dan lebih bersyukur. Ketika keraguan datang menghampiri, selalu ada keyakinan yang menguatkan. Ketika langkah terasa berat, selalu ada tangan-tangan tulus yang memberikan dukungan dan semangat untuk terus melangkah hingga titik ini dapat dicapai.

Oleh karena itu, skripsi ini bukan sekadar sebuah karya ilmiah atau syarat untuk menyelesaikan pendidikan, melainkan juga menjadi simbol perjalanan panjang yang dipenuhi doa, harapan, serta kebaikan dari banyak pihak. Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, penulis mempersembahkan ungkapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Rina Hastuti dan Bapak Yuwono Didik Prasetyo yang menjadi rumah pertama sekaligus tempat pulang paling menyenangkan bagi penulis. Terima kasih atas cinta yang tidak pernah

mengenal syarat, doa yang tidak pernah putus, serta pengorbanan yang sering kali tidak terucapkan. Di balik setiap pencapaian yang diraih penulis, terdapat air mata, harapan, dan perjuangan yang telah Bapak dan Ibu titipkan dalam setiap langkah kehidupan. Ketika penulis merasa lelah, dukungan kalian menjadi alasan untuk terus bertahan. Ketika penulis merasa ragu, keyakinan kalian menjadi cahaya yang menuntun jalan. Skripsi ini mungkin tidak akan pernah sebanding dengan segala pengorbanan yang telah diberikan, tetapi dengan penuh rasa hormat dan cinta, karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk terima kasih yang tulus kepada Bapak dan Ibu.

2. Kepada keluarga tercinta, Nenek saya Parsiyah dan Saniyah, Ibu Nandang Sari, Bapak Turiman yang sudah saya anggap seperti kedua orangtua saya, Kakak pertama saya Luthfi Ardan Kurnianto, Kakak kedua saya Adylen Khier Sofian, dan Adik saya Saffana Alina Rahma yang selalu hadir dengan doa, perhatian, dan dukungan dalam berbagai bentuk. Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi cerita, tempat menguatkan ketika semangat mulai melemah, dan tempat kembali ketika dunia terasa begitu berat. Kehangatan keluarga menjadi salah satu alasan mengapa penulis mampu terus melangkah hingga berada di titik ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal yang berlipat ganda dan senantiasa mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
3. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan, Thania, Assa, Galuh, Fadilah, Lintang, Reszia, Anisa dan teman teman lain yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan panjang ini. Terima kasih atas setiap tawa

yang mengurangi beban, setiap percakapan yang mengembalikan semangat, serta setiap bantuan yang diberikan tanpa diminta. Kalian hadir bukan hanya sebagai teman belajar, tetapi juga sebagai saksi dari berbagai cerita, kegagalan, perjuangan, dan harapan yang tumbuh selama masa perkuliahan. Di antara tumpukan tugas, revisi yang tak kunjung usai, dan berbagai tantangan yang datang silih berganti, kebersamaan kalian menjadi salah satu kenangan paling berharga yang akan selalu penulis simpan.

4. Kepada dosen pembimbing saya, Ibu Intan Muliana Rhamdhani, SE.Sy., M.M. yang dengan kesabaran dan ketulusan telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, ilmu yang telah dibagikan, serta setiap masukan yang membantu penulis berkembang menjadi pribadi yang lebih baik dalam berpikir maupun berkarya. Setiap arahan yang diberikan tidak hanya menjadi bagian dari proses penyusunan skripsi ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga yang akan terus penulis bawa dalam perjalanan kehidupan di masa mendatang.
5. Kepada seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama masa perkuliahan. Terima kasih karena telah menyalakan begitu banyak pelita pengetahuan yang membantu penulis memahami dunia dengan cara yang lebih luas dan bermakna. Setiap ilmu yang diberikan merupakan bekal berharga yang akan terus menemani langkah penulis dalam menghadapi berbagai tantangan di masa depan.
6. Dan yang terakhir dan tidak lupa teruntuk diri saya sendiri, Terima kasih karena sudah bertanggung jawab penuh untuk menyelesaikan apa yang telah

kita mulai. Skripsi ini bukan hanya sebuah syarat kelulusan, melainkan bukti nyata dari proses pendewasaan diri yang luar biasa. Terima kasih telah bersabar menghadapi segala bentuk tekanan, mengatasi rasa malas, dan tetap maju meskipun arahnya sempat terasa buram. Dibalik lembar-lembar kertas ini, ada banyak sekali pengorbanan waktu, tenaga, dan pikiran yang sudah kamu berikan. Terima kasih karena selalu bisa diandalkan dan tidak mengecewakan ekspektasi dirimu sendiri. Perjalanan ini membuktikan bahwa anything that is “badai pun sudah aku lalui” I’ll always proud of you.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Influencer Marketing* terhadap *Purchase Decision* produk Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip di TikTok Shop. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden khususnya perempuan berusia 18–40 tahun yang mengetahui atau pernah membeli produk Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip di TikTok Shop. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip melalui TikTok Shop. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Influencer Marketing* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* produk Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip di TikTok Shop.

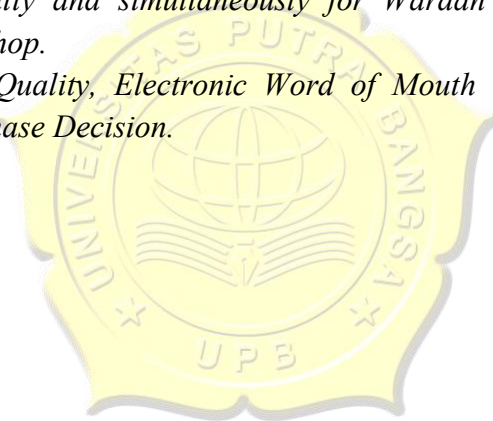
Kata Kunci: *Product Quality*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *Influencer Marketing*, dan *Purchase Decision*.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Influencer Marketing on the Purchase Decision of Wardah Glasting Liquid Lip products on TikTok Shop. The study involved 100 respondents, specifically women aged 18–40 years who were familiar with or had previously purchased Wardah Glasting Liquid Lip products through TikTok Shop. The population of this study consisted of consumers who had purchased Wardah Glasting Liquid Lip products via TikTok Shop. The data used in this study were primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. The sampling method employed was non-probability sampling using a purposive sampling technique. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of statistical software.

The results of this study indicate that Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Influencer Marketing have a significant effect on Purchase Decision both partially and simultaneously for Wardah Glasting Liquid Lip products on TikTok Shop.

Keywords: *Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Influencer Marketing, and Purchase Decision.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh *Product Quality*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan *Influencer Marketing* Terhadap *Purchase Decision* Produk *Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip* di *Tiktok Shop*”*** dengan lancar dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Putra Bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Product Quality*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan *Influencer Marketing* Terhadap Produk *Purchase Decision Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip* di *Tiktok Shop*”.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh berbagai bentuk bantuan, bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1-Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, S.E.Sy., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta meluangkan waktu

dan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan kesempatan, masukan, kritik, dan saran yang membangun guna menyempurnakan hasil penelitian ini.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, serta kasih sayang yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman seperjuangan serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran, dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 25 Juni 2026

Penulis,

Talisha Piknadia Ivanka

NIM 225504959

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Teori.....	18

2.1.1. <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory</i>	18
2.1.2. <i>Purchase Decision</i>	21
2.1.3. <i>Product Quality</i>	26
2.1.4. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	32
2.1.5. <i>Influencer Marketing</i>	37
2.2. Penelitian Terdahulu	40
2.3. Hubungan Antar Variabel	42
2.4. Model Empiris.....	47
2.5. Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	49
3.2. Variabel Penelitian.....	49
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	54
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.6. Populasi dan Sampel	58
3.7. Teknik Analisis	60
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Analisis Deskriptif	70
4.2. Analisis Statistik	73
4.3. Pembahasan.....	87
BAB V SIMPULAN	92
5.1. Simpulan	92
5.2. Keterbatasan.....	93
5.3. Implikasi.....	94

5.3.1 Implikasi Praktis	94
5.3.2 Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Pembelian Lipstik Wardah Lip di Tiktok Shop	6
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisioner Purchase Decision.....	51
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel Product Quality	52
Tabel III-3 Indikator Kuisioner Variabel Electronic Word of Mouth.....	53
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel Influencer Marketing ..	54
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	72
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas <i>Product quality</i>	74
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	75
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i>	76
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Decision</i>	76
Tabel IV-8 Hasil Uji Relabilitas.....	77
Tabel IV-9 Uji Multikolinearitas	79
Tabel IV-10 Hasil Uji Kolmogorof-Smirnov	80
Tabel IV-11 Analisis Regresi Linear Berganda	81
Tabel IV-12 Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan	85
Tabel IV-14 Hasil Uji Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1. Top Brand Index Produk Lipstik Wardah tahun 2021-2025	2
Gambar I- 2. Penjualan Wardah Glasting Liquid Lip di Tiktok 2025	4
Gambar II. 1 Model Empiris.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	105
Lampiran 2 Data Responden.....	109
Lampiran 3 Uji Instrumen.....	119
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	122
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	124
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	125
Lampiran 7 r tabel	126
Lampiran 8 t tabel	128
Lampiran 9 Data Bimbingan.....	131
Lampiran 10 Kartu Seminar.....	131

