

HALAMAN MOTTO

“Dan bersabarlah, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Qs. Ar-Ruum:60)

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya tercinta Ibu Suryati dan Bapak Suroso. yang selalu melangitkan doa-doa baik untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, serta motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orangtua yang mendukung setiap pilihan anak-anaknya. Terimakasih sudah mengantarkan saya sampai titik ini, semoga Ibu dan Bapak sehat, panjang umur, dan bahagia selalu.
2. Teruntuk kakak saya Suryono, terimakasih atas semua doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
3. Ibu Susi Astuti, S.E.,M.Ak.,Ak.,CA.,ACPA selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada seorang pria yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, telah menemani dan mendukung saya dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian semua.
6. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian moisturizer The Originote (Studi pada pengguna moisturizer The Originote di Kebumen). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 170 responden yang berada di wilayah Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk moisturizer The Originote. 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* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian moisturizer The Originote di Kebumen.

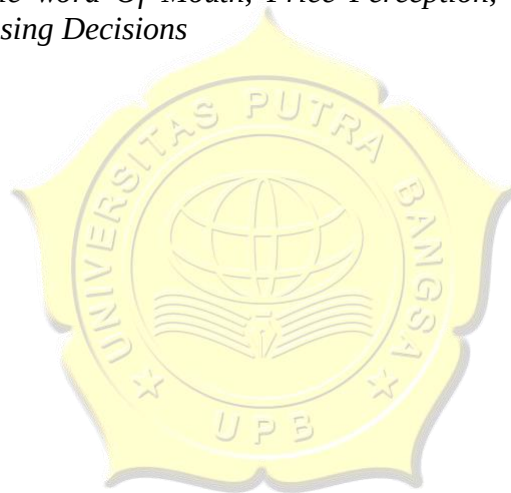
Kata Kunci : *Electronic word Of Mouth*, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth, Price Perception, and Product Quality on Purchasing Decisions for The Originote moisturizer (Study on users of The Originote moisturizer in Kebumen). This research was conducted by taking a sample of 170 respondents in the Kebumen area. The population in this study are people in Kebumen who have bought and used The Originote moisturizer products. The data used in this study are primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. The research method used is non-probability sampling, namely purposive sampling technique. Testing was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3 software. The results of this study indicate that Electronic Word Of Mouth, Price Perception, and Product Quality have a positive and significant effect on Purchasing Decisions for The Originote moisturizer in Kebumen.

Keywords: *Electronic word Of Mouth, Price Perception, Product Quality, and Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* , Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer The Originote (Studi pada Pengguna Moisturizer The Originote di Kebumen)”**. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

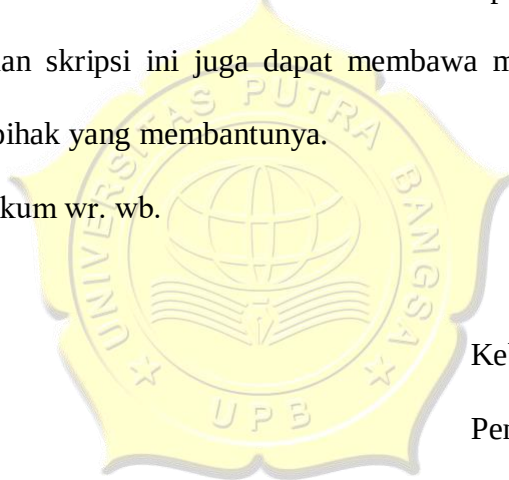
Skripsi ini disusun dan dibuat berdasarkan materi yang telah penulis dapatkan selama proses perkuliahan dan merupakan tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dengan realitas dalam kehidupan nyata khususnya pada bidang penelitian ilmiah. Materi-materi dalam skripsi ini bertujuan agar dapat memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran. Penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan segenap kemampuan, menggunakan analisis berdasarkan teori dan bantuan berbagai literatur. Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.

2. Ibu Susi Astuti, S.E.,M.Ak.,Ak.,CA.,ACPA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
4. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya bagi kesuksesan penelitian ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada penulisan ini, untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan seluruh pihak yang membantunya.

Wasalamu'alaikum wr. wb.



Kebumen, 21 Mei 2025

Penuis,

Isnaeni Widiawati

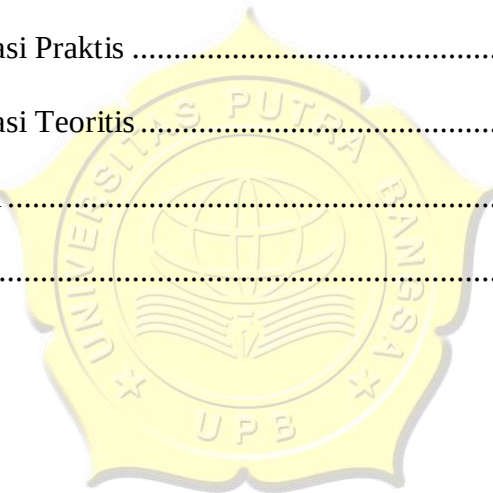
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15

BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Keputusan Pembelian	16
2.1.2. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	20
2.1.3. Persepsi Harga	23
2.1.4. Kualitas Produk.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1. Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2. Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4. Model Empiris	37
2.5. Hipotesis.....	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	39
3.1.1. Objek Penelitian	39
3.1.2. Subjek Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian.....	39
3.2.1. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	40
3.2.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	40

3.3. Definisi Operasional Variabel	40
3.3.1. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
3.3.2. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	41
3.3.3. Variabel Persepsi Harga (X2)	42
3.3.4. Variabel Kualitas Produk (X3)	43
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	43
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1. Jenis Data	45
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	46
3.6. Populasi dan Sampel	47
3.6.1. Populasi	47
3.6.2. Sampel	48
3.7. Teknik Analisis	48
3.7.1. Pengujian <i>Outer Model</i>	49
3.7.2. Pengujian <i>Inner Model</i>	52
3.7.3. Pengujian Hipotesis	53
BAB IV	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2. Deskripsi Responden Penelitian	56
4.3. Analisis Statistik	59
4.3.1. Pengujian <i>Outer Model</i>	59
4.3.2. Pengujian <i>Inner Model</i>	64
4.3.3. Pengujian Hipotesis	67

4.4. Pembahasan.....	69
4.4.1. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	71
4.4.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB V.....	75
5.1. Simpulan	75
5.2. Keterbatasan	76
5.3. Implikasi.....	76
5.3.1. Implikasi Praktis	77
5.3.2. Implikasi Teoritis	78
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1	Hasil Observasi Keputusan Pembelian <i>Moisturizer The Originote</i> di Kebumen.....	6
Tabel II- 1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel III- 1	Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian .	41
Tabel III- 2	Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	42
Tabel III- 3	Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Persepsi Harga	42
Tabel III- 4	Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Persepsi Harga	43
Tabel IV- 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV- 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel IV- 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel IV- 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel IV- 5	Hasil Uji Validitas Konvergen	60
Tabel IV- 6	Hasil Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	62
Tabel IV- 7	Hasil Uji Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>)	63
Tabel IV- 8	Pengujian <i>Inner Model (R-square)</i>	64
Tabel IV- 9	Pengujian <i>Inner Model (Model Fit)</i>	65
Tabel IV- 10	Pengujian <i>Inner Model (PLS Predict)</i>	66
Tabel IV- 11	Koefisien Jalur (<i>Direct Effect</i>).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 <i>Top Brand Moisturizer di E-Commerce</i>	4
Gambar II - 1 Model Empiris	38
Gambar IV - 1 Gambar Hasil <i>Outer Model</i>	64
Gambar IV - 2 Gambar Hasil <i>Inner Model</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian	88
Lampiran II	Hasil Kuesioner	92
Lampiran III	Tabulasi Data.....	100
Lampiran IV	Hasil Uji <i>Outer Model</i>	107
Lampiran V	Gambar Hasil <i>Outer Model</i>	109
Lampiran VI	Hasil Uji <i>Inner Model</i>	110
Lampiran VII	Gambar Hasil <i>Inner Model</i>	111
Lampiran VIII	Hasil Uji Hipotesis.....	112
Lampiran IX	Kartu Bimbingan	113
Lampiran X	Kartu Seminar.....	114

