

HALAMAN MOTTO

“Hidup itu singkat dan hidup adalah sebuah perjalanan dari-Nya, maka
perbanyaklah ibadah meskipun dirimu pendosa”

“Anggap saja setiap hari adalah hari terakhir dalam hidupmu”

“Bukan kebahagiaan yang melahirkan rasa syukur, tetapi syukurlah yang
melahirkan kebahagiaan”

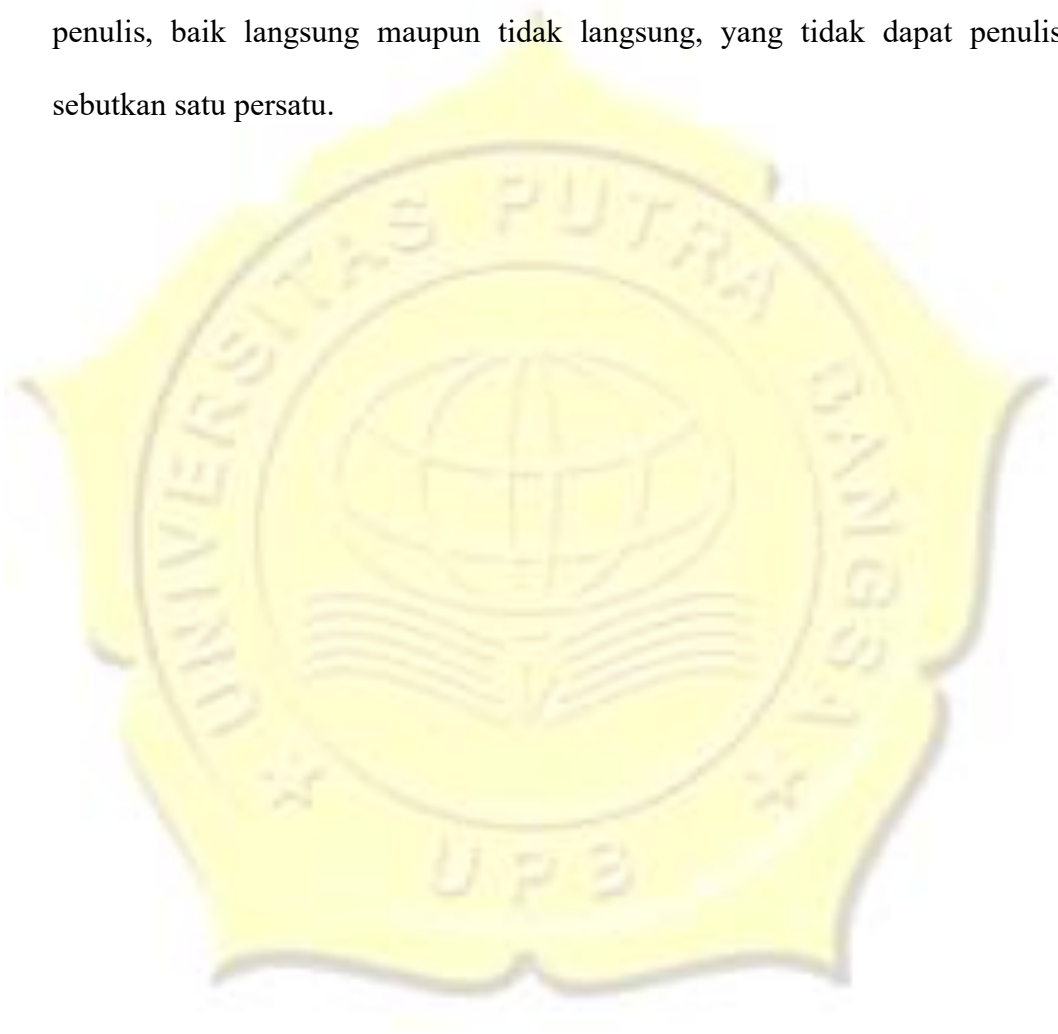


HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat serta hidayah, dan juga segala karunia yang terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada :

1. Kedua orang tua hebat dalam hidup saya, Bapak Samsi dan Ibu Sriyati yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan senantiasa mendo'akan saya tiada henti, terima kasih sudah berjuang keras dalam mendidik dan menyekolahkan saya sehingga saya mampu memperoleh gelar sarjana ini. Skripsi ini tidak lepas dari dukungan mereka dalam proses penyusunannya, semoga ini bisa menjadi salah satu hal yang bisa membuat mereka bahagia, semoga Bapak dan Ibu sehat selalu.
2. Suami saya tercinta, Fitra Nur Sahidin yang selalu ada untuk penulis dalam suka maupun duka, dan selalu menjadi *support system* bagi penulis, selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih sudah menjadi bagian penting dalam hidup saya dan *always* memberikan dukungan.
3. Bapak Muhammad Baehaqi, S.M., M.M. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas ilmu, arahan, perhatian, dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas.
4. Untuk adikku Leni Wulan Dari, terima kasih sudah selalu mendukung dan menemani saya.

5. Harlin Salsabila dan Rizky Dyah Rahmawati, terima kasih sudah menjadi teman saya, dan selalu ada untuk saya. Terima kasih atas dukungannya selama ini, saling *support* dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kelak kita bisa menjadi orang yang sukses.
6. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, baik langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *E-WOM*, Persepsi Kualitas Produk, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Azarine*. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah variabel *E-WOM*, Persepsi Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Keputusan Pembelian. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode *non-probability sampling* yang nantinya diolah dengan bantuan alat statistik. Data yang dikumpulkan yaitu melalui penyebaran kuesioner. Hipotesis yang diuji menggunakan program aplikasi komputer yaitu *IBM SPSS Statistics 26*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *e-wom* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel *e-wom*, persepsi kualitas produk, dan variasi produk secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *unscreen azarine*.

Kata Kunci : *e-wom*, persepsi kualitas produk, variasi produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of E-WOM, Perception of Product Quality, and Product Variation on Purchase Decisions for Azarine Sunscreen Products. The variables studied in this study are the variables E-WOM, Perception of Product Quality, Product Variation, and Purchase Decisions. The number of samples taken was 100 respondents, using the non-probability sampling method which was later processed with the help of statistical tools. The data collected was through the distribution of questionnaires. The hypothesis tested using a computer application program, namely IBM SPSS Statistics 26. The results of the analysis showed that the e-wom variable did not affect the purchase decision. The variable perception of product quality affected the purchase decision. Then the variable product variation affected the purchase decision. The variables e-wom, perception of product quality, and product variation simultaneously (together) affected the purchase decision for Azarine unscreen products.

Keywords: e-wom, perception of product quality, product variation, purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “PENGARUH *E-WOM*, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata yang khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan juga saran yang dapat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan karya tulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan, baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

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

2. Bapak Parmin, S.E., M.M. sebagai Kaprodi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Bapak Muhammad Baehaqi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap dosen dan civitas Akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengambil data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan menulis skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan penuh, baik materi maupun do'anya.
7. Suami saya tercinta, yang selalu emberikan *support*, semangat, dan juga motivasi.

Semoga Allah SWT. senantiasa memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 23 Mei 2025

Penulis,

Lina Kholi Fitriana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. <i>E-WOM</i>	19

2.1.3.	Persepsi Kualitas Produk.....	20
2.1.4.	Variasi Produk.....	22
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4.	Model Empiris.....	34
2.5.	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	36
3.1.1	Objek Penelitian.....	36
3.1.2	Subjek Penelitian.....	36
3.2.	Variabel Penelitian	36
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	41
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1	Jenis Data	42
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.	Populasi dan Sampel.....	44
3.6.1	Populasi.....	44
3.6.2	Sampel.....	45
3.7.	Teknik Analisis.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif	47
3.7.2	Analisis Kuantitatif	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Gambaran Umum	59
4.2	Analisis Deskriptif.....	61

4.2.1	Karakteristik Responden Berdaasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2	Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.3	Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.4	Karateristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	63
4.2.5	Karateristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	65
4.3	Analisis Statistik.....	65
4.3.1	Uji Validitas	65
4.3.2	Uji Reliabilitas	68
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.3.5	Uji Hipotesis.....	74
4.4	Pembahasan	78
4.4.1	Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.3	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.4.4	Pengaruh <i>E-WOM</i> , Persepsi Kualitas Produk, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V SIMPULAN		81
5.1	Simpulan.....	81
5.2	Keterbatasan	82
5.3	Implikasi.....	83
5.3.1	Implikasi Praktis.....	83
5.3.2	Implikasi Teoritis	84
DAFTAR PUSTAKA		86

LAMPIRAN.....	94
---------------	----

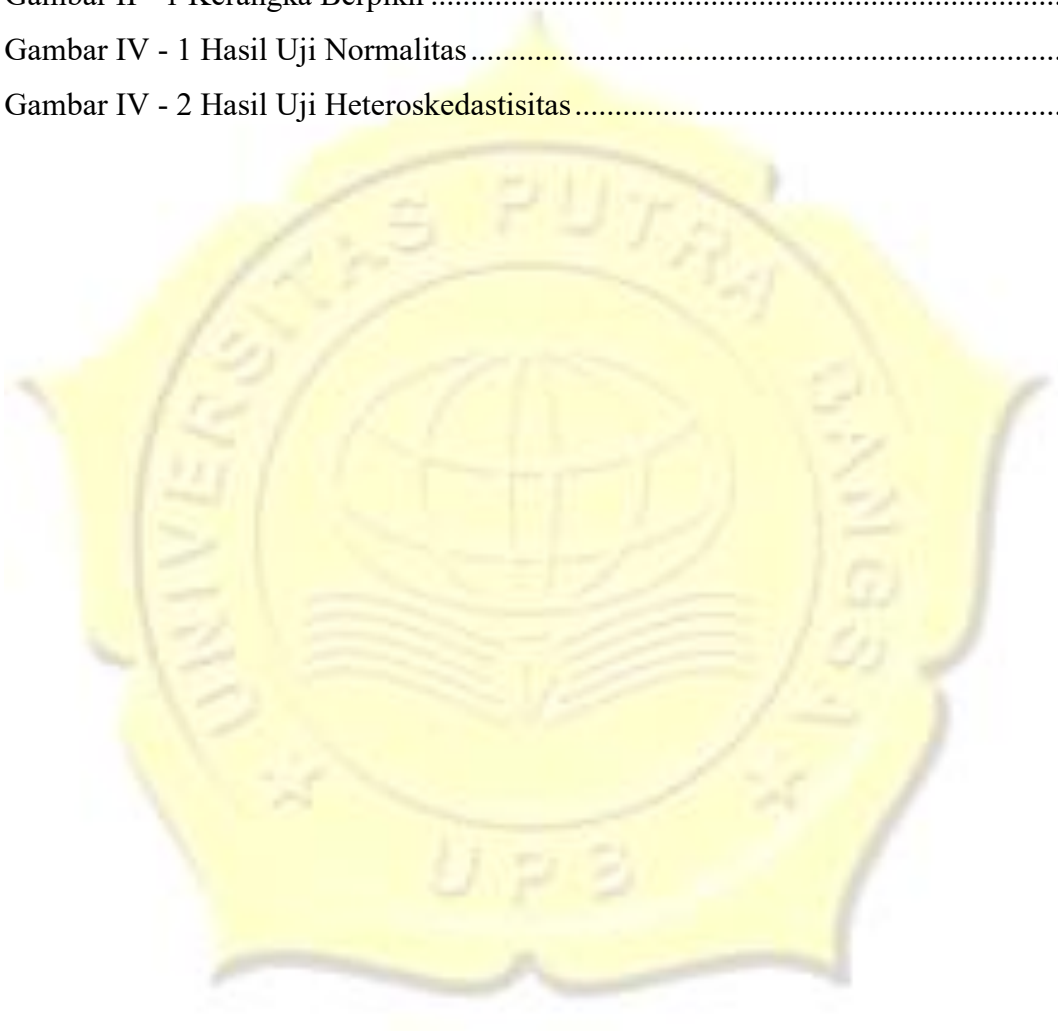


DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Beberapa Jenis Produk Sunscreen Azarine	3
Tabel I - 2 Hasil Mini Riset Konsumen Produk Sunscreen Azarine.....	6
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel E-WOM pada Kuesioner	39
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Variabel Persepsi Kualitas Produk pada Kuesioner	40
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Variasi Produk pada Kuesioner	41
Tabel IV - 1 Variasi Produk Sunscreen Azarine.....	60
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	64
Tabel IV - 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk	65
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM	66
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas Produk	66
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk	67
Tabel IV - 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel IV - 11 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel IV - 12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	70
Tabel IV - 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel IV - 14 Hasil Uji Parsial.....	75
Tabel IV - 15 Hasil Uji Simultan	77
Tabel IV - 16 Hasil Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Trend Penjualan Sunscreen di Google Trends Periode Maret - September 2024.....	2
Gambar I - 2 Penjualan Sunscreen Azarine di Marketplace Periode Juli - September 2024.....	4
Gambar II - 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar IV - 1 Hasil Uji Normalitas	69
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	94
Lampiran II Data Responden	98
Lampiran III Tabulasi Data	102
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	106
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	110
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis	113
Lampiran VIII Tabel R.....	115
Lampiran IX Tabel T	120
Lampiran X Tabel F.....	124
Lampiran XI Kartu Bimbingan	128
Lampiran XII Kartu Seminar	129