

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *INFLUENCER*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *IMPLORA COSMETICS*
PADA MAHASISWI UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun oleh :

YENI PRASETYA WIGATI

NPM : 1961201002795



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
TAHUN 2023**

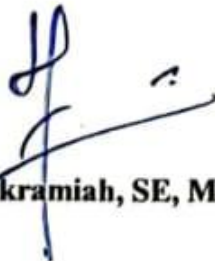
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yeni Prasetya Wigati
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 1961201002795
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Influencer*, dan
Electronic Word of Mouth (E-WOM)
Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Implora Cosmetics pada Mahasiswi
Universitas Merdeka Pasuruan

Pasuruan, 08 Juni 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



Nurul Akramiah, SE, MM

Dosen Pembimbing II



Hari Wahyuni, SE, MM

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 06 Juni 2023

TIM PENGUJI:

1. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

1. Ketua.....

2. Nurul Akramiah, SE, MM

2. Sekretaris.....

3. Hari Wahyuni, SE, MM

3. Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yeni Prasetya Wigati

Nomor Pokok Mahasiswa : 1961201002795

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 08 Juni 2001

Alamat : Perum Sekar Asri Blok K no. 8 RT.05/RW.05
Kelurahan Sekargadung, Kecamatan Purworejo,
Kota Pasuruan.

Nama orang Tua

Ayah : Estune Prajogo

Ibu : Sri Wilujeng

Riwayat Pendidikan

1. UPT SD Negeri Purutrejo II Tahun 2007 – 2013
2. UPT SMP Negeri 8 Pasuruan Tahun 2013 – 2016
3. UPT SMK Negeri 1 Pasuruan Tahun 2016 – 2019
4. Terdaftar Sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan Tahun 2019

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yeni Prasetya Wigati
Agama : Islam
Alamat Rumah : Perum Sekar Asri Blok K no. 8 RT.05/RW.05
Kelurahan Sekargadung, Kecamatan Purworejo,
Kota Pasuruan.

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul

“Pengaruh *Brand Image*, *Influencer*, dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora *Cosmetics* pada Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan”

Adalah hasil karya tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel: Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, Juni 2023

Yang Membuat

Yeni Prasetya

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puja dan puji syukur atas keharirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Image, Influencer*, dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Implora Cosmetics* pada Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menjalani proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
2. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu dan mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi.
4. Nurul Akramiah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Hari Wahyuni, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Orang tua yang senantiasa memberi dukungan serta doa selalu sehingga kuliah ini dapat terselesaikan dengan lancar.
7. Mbak Aeni & Mbak Amaliyah yang sudah banyak membantu dan menjadi tempat bertukar pikiran didalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Sahabat-sahabatku (Mb Kiki, Mb Firin, Hanin, Nita, Ainun, Silvi, Izul, Angga) yang senantiasa saling menguatkan dan selalu ada saat senang maupun susah.
9. *My partner, thank you for being there and accompanying me in this difficult time.*
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
11. Terimakasih kepada diri saya yang sudah bertahan dan berjuang keras sampai saat ini, dengan perjalanan panjang yang telah dilewati serta berbagai rintangan yang dihadapi tetapi masih bisa berdiri di kaki sendiri. *I'm proud and really love myself very much.*

Dalam pembuatan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi kemajuan peneliti dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membacanya.

Pasuruan, 08 Juni 2023

Yeni Prasetya Wigati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. <i>Brand Image</i>	9
B. <i>Influencer</i>	12
C. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	18

D. Keputusan Pembelian	21
E. Hubungan Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat	27
1. Hubungan <i>Brand Image, Influencer, dan Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> dengan keputusan Pembelian .. Error! Bookmark not defined.	
2. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian	28
3. Hubungan <i>Influencer</i> dengan Keputusan Pembelian	28
4. Hubungan (<i>e-WOM</i>) dengan keputusan Pembelian	29
F. Penelitian Terdahulu	30
G. Kerangka Konseptual	34
H. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Definisi Operasional Variabel	38
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	38
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	43
B. Ruang Lingkup Penelitian	46
C. Lokasi Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	47
E. Jenis dan Sumber Data	49
1. Jenis Data	49
2. Sumber Data	50
F. Teknik Pengumpulan Data	50
1. Metode Observasi	50
2. Kuesioner (angket)	51
G. Uji Instrumen Penelitian	51

H. Teknik Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	53
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4. Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	57
5. Uji Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian.....	60
1. Gambaran Objek Penelitian	60
2. Uji Instrumen Penelitian	61
3. Deskripsi Data Penelitian	62
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
1. Uji Asumsi Klasik.....	76
2. Teknik Analisis Data.....	80
C. Pembahasan	86
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Influencer</i> , dan <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> Terhadap Keputusan Pembelian	86
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
3. Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	88
4. Pengaruh <i>e-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Matrik Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2 : Penentuan Sampel Penelitian Berdasarkan Rumus Slovin	48
Tabel 3 : Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 5 : Klasifikasi Usia Responden	63
Tabel 6 : Klasifikasi Fakultas.....	64
Tabel 7 : Klasifikasi Tahun Angkatan	65
Tabel 8 : Klasifikasi Jumlah Pembelian Produk	66
Tabel 9 : Deskriptif Jawaban <i>Brand Image</i>	67
Tabel 10 : Deskriptif Jawaban <i>Influencer</i>	69
Tabel 11 : Deskriptif Jawaban <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	72
Tabel 12 : Deskriptif Jawaban Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 13 : Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	77
Tabel 14 : Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 15 : Hasil Uji Linieritas.....	80
Tabel 16 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 17 : Uji Koefisien Determinan (R^2).....	83
Tabel 18 : Hasil Uji Simultan dengan Statistik Uji F	83
Tabel 19 : Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 20 : Pengaruh <i>Influencer</i> dengan Keputusan Pembelian	85
Tabel 21 : Pengaruh <i>E-WOM</i> dengan Keputusan Pembelian	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 2 : Hasil Uji Normal P-Plot.....	76
Gambar 3 : Hasil Uji Histogram	77
Gambar 4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Deskriptif Statistik

Lampiran 3 : Teknik Analisis Data

Lampiran 4 : Tabel Statistik



PENGARUH *BRAND IMAGE*, *INFLUENCER*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *IMPLORA COSMETICS* PADA MAHASISWI UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

Yeni Prasetya Wigati¹, Nurul Akramiah², Hari Wahyuni³

¹Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: yeniprasetya1@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com², yuniprasetya55@gmail.com³

Abstrak

Tingginya permintaan terhadap produk yang bermutu mendorong industri kosmetik untuk berkompetisi meningkatkan performa produk yang mereka tawarkan, dengan tujuan untuk menjaga citra merek produk mereka. Mereka juga tidak segan untuk menggaet *Influencer* untuk mempromosikan produk mereka. Apalagi dengan adanya *e-WOM* berperan sebagai acuan untuk memperoleh wawasan saat akan membeli produk. Adanya *brand image*, *Influencer*, dan *e-WOM* menjadi suatu hal yang saling berkaitan, sehingga menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Brand Image*, *Influencer*, Dan *e-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Implora Cosmetics* Pada Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan. Teknik sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 86 responden. Analisis yang digunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa: *Brand image*, *influencer*, dan *electronic word of mouth (e-wom)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Implora Cosmetics* pada mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji F dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Koefisien determinasi (R^2) atau kontribusi simultan *brand image*, *influencer*, dan *e-WOM* terhadap keputusan pembelian adalah 57,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *brand image*, *influencer*, *e-wom*, keputusan pembelian.