

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Survei Pada Konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

Dila Dwi Windani

20210510365

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

(Survei Pada Konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

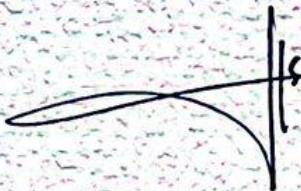
DILA DWI WINDANI

20210510365

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 12 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dosen Penguji :

Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji II,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Penguji III,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

LEMBAR PERSETUJUAN

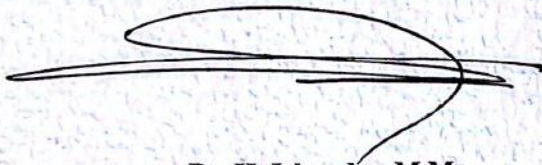
**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Survei Pada Konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

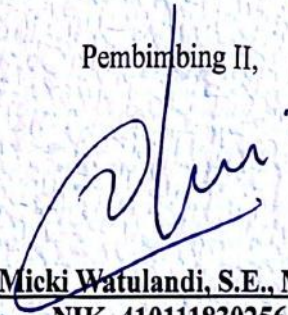
Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Pembimbing II,



Micki Watulandi, S.E., M.M
NIK. 41011830256

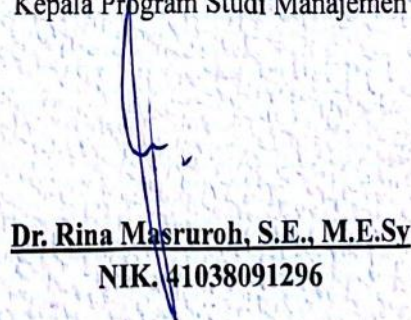
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masrurroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN ORISINALITAS

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dila Dwi Windani

NIM : 20210510365

Judul : **Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan)**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, April 2025



Dila Dwi Windani
20210510365

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Pada akhirnya ini semua hanya permulaan”

“Rasakan setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini.”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan untuk Mamah dan Bapa. Orang hebat yang selalu menjadi penguat saya dalam kehidupan ini, dan tak lupa pula kepada diri saya sendiri yang telah berjuang hingga sampai pada titik ini

ABSTRAK

Dila Dwi Windani, 2025. “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei Pada Konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan).” Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, Pembimbing (I) Dr. H. Iskandar, M.M. Pembimbing (II) Micky Watulandi, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Masker Wajah Sariayu di Kabupaten Kuningan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Sebanyak 150 responden dengan menggunakan Teknik *Convenience Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan variabel *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian, (2) *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan (4) *Brand Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Keputusan Pembelian*.

ABSTRACT

Dila Dwi Windani, 2025. “The Effect of Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Brand Trust on Product Purchasing Decisions (Survey on Sariayu Face Mask Consumers in Kuningan Regency).” Thesis, Management, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan, Supervisor (I) Dr. H. Iskandar, M.M. Supervisor (II) Micky Watulandi, M.M.

This study aims to determine the effect of Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Brand Trust simultaneously or partially on consumer purchasing decisions for Sariayu Face Masks in Kuningan Regency. The research method used is descriptive method. Data collection was carried out using a questionnaire method. A total of 150 respondents using the Convenience Sampling Technique. The data analysis used is multiple regression analysis with Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Brand Trust variables as independent variables and Purchasing Decisions as the dependent variable. The results showed that (1) Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Brand Trust simultaneously influence Purchasing Decisions, (2) Electronic Word Of Mouth has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (3) Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, and (4) Brand Trust has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Brand Trust, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. dengan segala rahmat, nikmat, rezeki dan karunia-Nya. Dan tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW. beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berfikir penulis serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, April 2025

Penulis,

Dila Dwi Windani

20210510365

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulisan Skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya restu dan ridho dari Allah SWT yang telah mempermudah segalanya. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yth.:

1. Kepada Kedua orangtua saya yaitu Ibu Encum Sumiati dan Bapa Dedi Suhardi yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan Pendidikan hingga pada tahap ini, selalu memberikan do'a dan dukungan yang tiada henti kepada penulis. Untuk ibu saya, Wanita hebat dan yang luar biasa, terimakasih sudah melahirkan dan merawat saya dengan penuh cinta, terimakasih atas kasih sayang yang tiada batas nya, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terimakasih telah menjadi sumber penguat dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap Langkah yang saya tempuh. Terakhir, terimakasih sudah selalu mengusahakan apapun untuk saya mah, pa.
2. Dr. Iskandar, M.M Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini, Terimakasih telah menjadi dosen pembimbing yang baik dan selalu memotivasi saya.
3. Bapak Micki Watulandi, M.M Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini, Terimakasih telah menjadi dosen pembimbing yang baik dan selalu memotivasi saya.
4. Prof. Dr. Dikdik Harjadi, SE., M.Si Selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Dr. Lili Karmela F, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. Selaku Kepala Program Studi Manajemen.

7. Bapak Oding Syafrudin, S.Si., M.M Selaku Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
9. Untuk Rian Arief Alfarizqi yang telah menemani dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, tenaga, materi dan sabar menghadapi saya, terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan yang telah memberikan keamanan dan kenyamanan, terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini.
10. Untuk teman-teman saya Annisa Dwi Setiani dan Dita Ayu Terimakasih selalu ada membersamai penulis, terimakasih atas saran dan masukan nya. Kehadiran kalian telah mewarnai perjalanan masa perkuliahan penulis.
11. Untuk teman saya Ani Yuliyanti terimakasih karna telah menemani setiap bimbingan, berbagi keluh kesah selama membuat skripsi ini, dan selalu mensupport penulis apapun keadaannya.
12. Untuk Keluarga besar “OFFICIAL MANAJEMEN I” terimakasih telah membersamai selama kurang lebih empat tahun.
13. Untuk kakak Tingkat yang telah sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih banyak atas saran dan masukan dalam penulisan skripsi.
14. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri, Dila Dwi Windani. Terimakasih sudah bertahan hingga saat ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walaupun seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha untuk apapun. Berbahagialah dimanapun kamu berada.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Keputusan Pembelian	11
2.1.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	15
2.1.4 <i>Brand Image</i>	19
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	23
2.1.6 Penelitian Terdahulu	28
2.1.7 Pengaruh Antar Variabel	33
2.2 Kerangka Berpikir	35

2.3 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Operasional Variabel.....	38
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel	40
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Uji Instrumen	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.3 Analisis Regresi Berganda.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	55
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	58
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> , <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91
LAMPIRAN I	92
LAMPIRAN II.....	95
LAMPIRAN III	103
LAMPIRAN IV	121
LAMPIRAN V	136
LAMPIRAN VI	142

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Masker Wajah 2021-2023.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Masker Wajah Sariayu 2021-2023	3
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	44
Tabel 3.3 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2)	45
Tabel 3.4 Uji Validitas <i>Brand Trust</i> (X3)	46
Tabel 3.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Data Rata-rata Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1).....	58
Tabel 4.5 Data Rata-rata Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	60
Tabel 4.6 Data Rata-rata Variabel <i>Brand Trust</i> (X3).....	62
Tabel 4.7 Data Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.9 Uji Linearitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	68
Tabel 4.9 Uji Linearitas <i>Brand Image</i>	68
Tabel 4.11 Uji Linearitas <i>Brand Trust</i>	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.15 Hasil Uji F	73
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Keputusan Pembelian.....	5
Gambar 2.1 Paradigma Berfikir	36
Gambar 3.1 Skala Pengisian Kuesioner	42
Gambar 4.1 Logo Sariayu	55
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1)	59
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	61
Gambar 4.4 Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X3).....	63
Gambar 4.5 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Gambar 4.6 Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Kuesioner Penelitian
- Lampiran III : Data Hasil Penelitian
- Lampiran IV : Hasil Olah Data menggunakan *SPSS Versi 26*
- Lampiran V : Tabel r (taraf signifikan 0,05)
Tabel f (taraf signifikan 0,05)
Tabel t (taraf signifikan 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup