

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*E-WOM*), DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK KOSMETIK *MAKE OVER*
(Survei pada Konsumen *Make Over* di Indonesia)**

SKRIPSI

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



Oleh:

DINA KHAERUNNISA

20210510434

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK KOSMETIK *MAKE OVER*
(Survei Pada Konsumen Make Over di Indonesia)

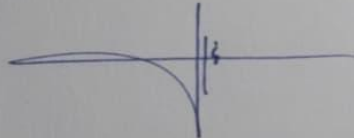
Oleh :

DINA KHAERUNNISA
20210510434

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 02 Oktober 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.

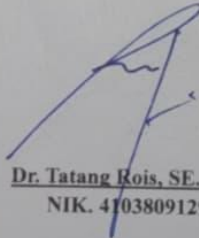
Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela F. SE., M.Si
NIP. 41038971054

Penguji II,



Dr. Tatang Rois, SE., M.Si
NIK. 41038091295

Penguji III,



Wachjuni, SE., M.M
NIK. 410106710221

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK KOSMETIK *MAKE OVER*
(Survei Pada Konsumen *Make Over* di Indonesia)

Oleh :

Dina Khaerunnisa
NIM. 20210510434

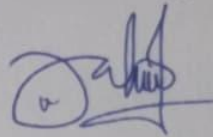
DISETUJUI OLEH :
Kuningan, November 2025

Dosen Pembimbing I,



Wachiuni, SE., MM
NIK. 410106710221

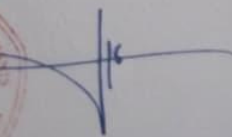
Dosen Pembimbing II,



Nurul Siti Jahidah, S.P., ME
NIK. 4100110940258

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rini Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya mengatakan bahwa Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk Kosmetik *Make Over*" 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 resiko/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, November 2025

Yang Membuat Pernyataan



Dina Khaerunnisa

NIM. 20210510434

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Ini bukan hanya lembar kertas, ini adalah monumen dari setiap 'hampir menyerah' yang kemudian diubah menjadi 'harus selesai'. Skripsi ini adalah bukti bahwa janji kepada diri sendiri lebih kuat dari rasa lelah."

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi kecuali lembar persembahan. Dengan penuh rasa syukur atas limpahan rahmat Allah SWT, saya persembahkan karya ini sebagai bentuk ungkapan terima kasih dan penghargaan setulus hati kepada orang tua tercinta, keluargaku, serta teman-teman yang senantiasa memberi dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.”

ABSTRAK

Dina Khaerunnisa. 20210510434. 2025. “Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk Kosmetik *Make Over* (Survey Pada Konsumen *Make Over* di Indonesia)”. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Kuningan. Pembimbing Wachjuni, S.E., M.M dan Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth (E-WOM)*, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* produk kosmetik *Make Over* di Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen di Indonesia yang pernah melakukan pembelian *online* kosmetik *Make Over* yang tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan rumus Hair dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis menggunakan uji *f* (simultan) dan uji *t* (parsial) berbantu aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk, *electronic word of mouth (e-wom)*, dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) *electronic word of mouth (e-wom)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian *Online*.

ABSTRACT

Dina Khaerunnisa 20210510434. ***“The Influence of Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Consumer Trust on Online Purchase Decisions of Make Over Cosmetic Products (A Survey on Make Over Consumers in Indonesia)”***. Thesis. Management Study Program. Kuningan University. Guided by Wachjuni, S.E., M.M. and Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, electronic word of mouth (E-WOM), and consumer trust on online purchase decisions of Make Over cosmetic products in Indonesia. This research used a quantitative method with descriptive and verification analysis. The population in this study was consumers in Indonesia who had made online purchases of Make Over cosmetics, with an unknown total population. The sampling technique applied Hair's formula with a total of 200 respondents, using purposive sampling and snowball sampling methods. Data were collected by distributing questionnaires and measured using an interval scale. Data analysis was conducted through descriptive analysis, classical assumption tests, multiple regression, coefficient of determination, and hypothesis testing using the F-test (simultaneous) and t-test (partial) with the assistance of SPSS 26. The results showed that: (1) product quality, electronic word of mouth (E-WOM), and consumer trust simultaneously had a positive and significant effect on online purchase decisions; (2) product quality had a positive and significant effect on purchase decisions; (3) electronic word of mouth (E-WOM) had a positive and significant effect on purchase decisions; and (4) consumer trust had a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Consumer Trust, Online Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK KOSMETIK *MAKE OVER* (Survey pada konsumen *Make Over* di Indonesia)”**.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak guna dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas diri penulis kedepannya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua orang khususnya bagi penulis.

Kuningan, November 2025

Peneliti

Dina Khaerunnisa

NIM. 20210510434

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah'hirobbilalamin, puji serta Syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Rabbi karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PRODUK KOSMETIK *MAKE OVER*”**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi hambatan dan kesulitan, namun berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Allah swt yang telah memberikan nikmat berupa kekuatan dan kelancaran dalam bertindak dan berpikir untuk menyusun skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan cinta, doa, dan dukungan tanpa henti dalam setiap langkah penulis.
3. Wachjuni, S.E., M.M selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesungguhan dalam memberikan bimbingan, motivasi dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Nurul Siti Jahidah, S.P., ME selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya serta selalu memberikan bimbingan, dorongan dan semangat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Prof Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Kuningan
6. Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan
7. Dr. Rina Masruroh, SE., ME.,Sy,. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
8. Micki Watulandi, S.E., M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak nasihat selama masa perkuliahan.

9. Seluruh Dosen serta staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu, pengalaman, motivasi serta arahan selama perkuliahan.
10. Teman-teman terdekat saya Listiany Naftalena, Ery Herawati, Dinda Purnama Dewi, Febby Oktaviany Putri, Risma Agustin, Winda Sari Pratiwi, terimakasih telah selalu memberikan dukungan, semangat, dan kehadiran yang begitu berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, tawa, dan tidak pernah lelah mengingatkan saya untuk terus maju dan menyelesaikan apa yang telah saya mulai. Kehadiran kalian sungguh menjadi energi positif yang tidak tergantikan.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen 12, terimakasih atas kebersamaan dalam suka maupun duka selama menempuh perkuliahan.
12. Kakaku dan kedua adikku tercinta, yang selalu memberikan dukungan, canda tawa, dan semangat setiap waktu. Semoga Allah memudahkan untuk mencapai cita-citanya.
13. Kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu saya sendiri, Dina Khaerunnisa. Seseorang anak kedua yang berumur 22 tahun yang keras kepala tetapi terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terimakasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan yang telah dilalui dalam setiap langkah yang penuh tantangan ini. Kamu hebat, saya bangga kamu bisa menyelesaikan perjalanan panjang ini, meskipun tak jarang air mata dan kegelisahan datang menghampiri, yang terus maju meskipun jalan terasa berat. Terimakasih ya sudah hadir di dunia dan sudah bertahan sejauh ini melewati banyak rintangan dan tantangan yang Allah semesta berikan. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Dina. Rayakanlah selalu kehadiranmu jadikan bersinar dimanapun kamu memijakkan kaki.

Waktu tanpa bantuan dan dorongan dari semua pihak yang telah banyak membantu penulis. Semoga amal baik semuanya mendapat balasan dari Allah SWT.

Kuningan, November 2025

Peneliti

Dina Khaerunnisa

20210510434

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian <i>Online</i>	12
2.1.3.1 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian <i>Online</i>	12
2.1.3.2 Tahap-tahap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	14
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian <i>Online</i>	15
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian <i>Online</i>	16
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk	17
2.1.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17

2.1.4.2 Tahap-Tahap Untuk Mengelola Kualitas Produk	18
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Produk	19
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk	20
2.1.5 Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	21
2.1.5.1 Faktor-Faktor <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	21
2.1.5.2 Tahap-Tahap <i>Electronic Word of Mouth</i>	22
2.1.5.3 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.1.5.4 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	26
2.1.6 Pengertian Kepercayaan Konsumen	28
2.1.6.1 Faktor-Faktor Kepercayaan Konsumen	28
2.1.6.2 Tahap-Tahap Kepercayaan Konsumen	29
2.1.7 Penelitian Terdahulu	33
2.1.8 Hubungan antar Variabel	38
2.1.8.1 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Electronic Word of Mouth</i> , kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian <i>online</i>	38
2.1.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> ...	39
2.1.8.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	39
2.1.8.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	40
2.2 Kerangka Berpikir	40
2.3 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Uji Instrumen Penelitian	47
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52

3.6.1 Analisis Deskriptif	52
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.1 Uji Normalitas	54
3.7.2 Uji Multikolonieritas	55
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	55
3.7.4 Analisis Regresi Berganda.....	55
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	56
3.8 Uji Hipotesis	57
3.8.1 Uji F (Simultan).....	57
3.8.2 Uji t (Parsial)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.2 Karakteristik Responden	61
4.1.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	62
4.1.2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	62
4.1.2.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	63
4.1.2.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan	63
4.1.2.5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan	64
4.1.2.6 Karakteristik responden berdasarkan domisili	65
4.1.3 Teknik Analisis Data	67
4.1.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk, <i>Electronic Word of Mouth</i> , Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	67
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik	78
4.1.4 Analisis Regresi Berganda	81
4.1.5 Koefisien Determinasi.....	82
4.1.7 Uji Hipotesis.....	83
4.1.7.1 Uji F (Uji Simultan).....	83
4.1.7.2 Uji t (Uji Parsial)	84
4.2 Pembahasan	85

4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Produk Kosmetik <i>Make Over</i>	85
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	86
4.2.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	87
4.2.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Award Kosmetik di Indonesia	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik di Indonesia	3
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 3.2 Validitas Kualitas Produk.....	48
Tabel 3.3 Validitas <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	49
Tabel 3.4 Validitas Kepercayaan Konsumen	49
Tabel 3.5 Validitas Keputusan Pembelian <i>Online</i>	50
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	51
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	51
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen	51
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian <i>Online</i>	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	63
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	63
Tabel 4.5 Penghasilan Responden.....	64
Tabel 4.6 Domisili Responden	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan pembelian	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kepercayaan konsumen.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.12 Hasil Multikolinieritas.....	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Berganda.....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi.....	82
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	83
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	41
Gambar 3.1 Skala Pengisian Kuesioner	47
Gambar 4.1 Logo <i>Make Over</i>	60
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	72
Gambar 4.4 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	74
Gambar 4.5 Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen.....	77
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scartterplot.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Pembimbingan Usulan Penelitian Dan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Angket Kuesioner Penelitian
Bukti Penyebaran G-form
- Lampiran III : Tabulasi Data Hasil Penelitian Output SPSS Versi 26
- Lampiran IV : Tabel Uji F (Taraf Signifikansi 0,05)
Tabel Uji T (Taraf Signifikansi 0,05)
Tabel Uji R (Taraf Signifikansi 0,05)
- Biodata Diri