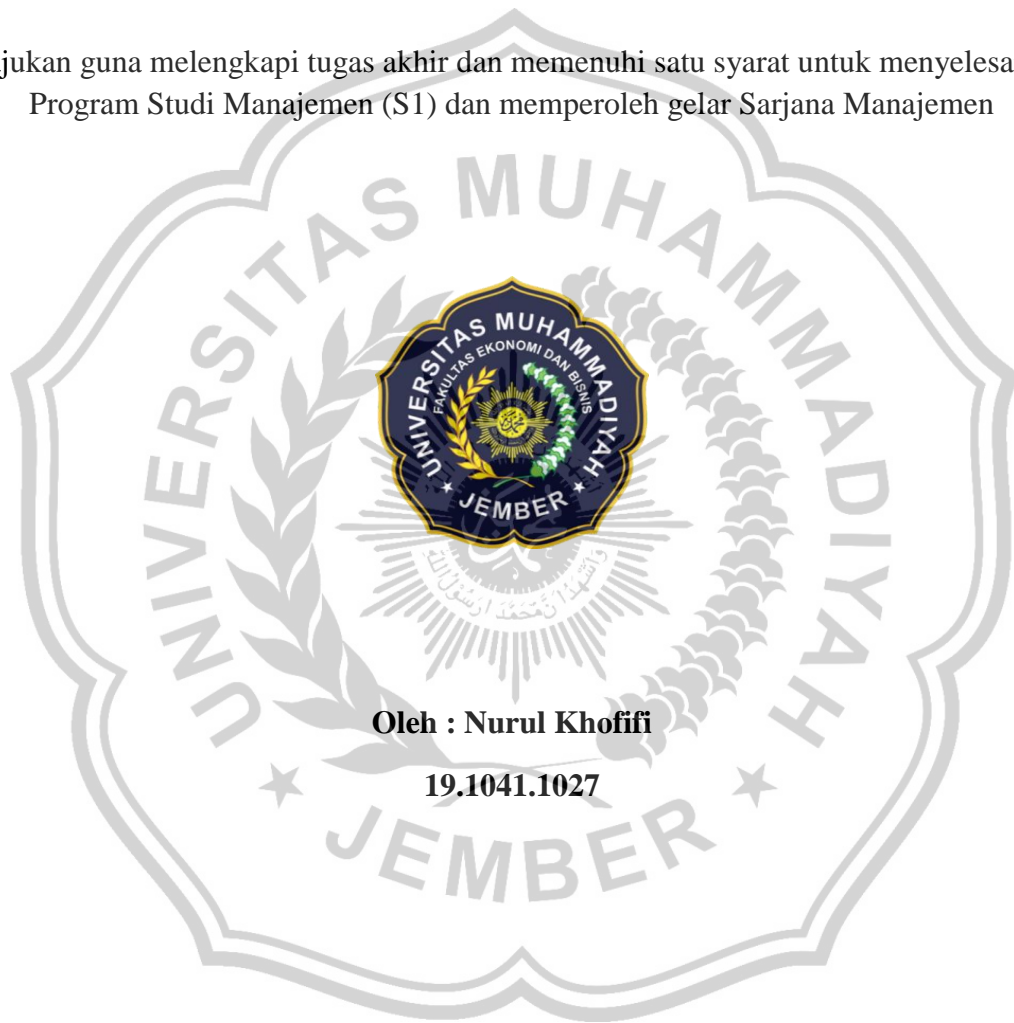


**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, *BRAND IMAGE* DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE
(STUDI PADA PELANGGAN SKINCARE MS GLOW GERAI SUMBERSARI
JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh : Nurul Khofifi

19.1041.1027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2023

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Nurul Khofifi

N I M : 1910411027

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE (STUDI PADA PELANGGAN SKINCARE MS GLOW GERAI SUMBERSARI JEMBER)*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 22 juni 2023

Menyatakan,



Nurul Khofifi

NIM. 19.1041.1027

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, *BRAND IMAGE*, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE
(STUDI PADA PELANGGAN SKINCARE MS GLOW GERAJ SUMBERSARI
JEMBER)**

Oleh : **NURUL KHOFIFI**

19.1041.1027

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun-

Dosen Pembimbing pendamping : Dra. Wenny Murtaliningtyas, M.Si.



PENGESAHAN


Skripsi berjudul: Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, *Brand Image* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow Gerai Sumber Sari Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Nurul Khofifi
NIM : 1910411027
Hari : Kamis
Tanggal : 22 Juni 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Dr. Toni Herlambang, SE, MM
NPK : 196902010603425

Anggota 1,


Dr Budi Santoso, SE, MM, M Akun
NPK : 1962120118906242

Anggota 2,


Dra. Wenny Murtaliningtyas, M. Si
NPK : 1964110818407039

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001



Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM
NPK : 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamiin puji syukur kami panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-NYA sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. ALLAH SWT puji syukur atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah anugerah serta kesempatan yang telah diberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan semua ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW atas segala tuntunan dalam hidup.
3. Ayah dan Mama terimakasih atas kasih sayangnya, dukungan, doa, dan pengorbanannya yang telah diberikan selama ini.
4. Untuk seluruh keluargaku, dan saudaraku terimakasih atas doa dan dukungannya
5. Bapak Dr. Budi Santoso, SE.,MM,M.Akun selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra Wenny Murtaliningtyas, M.Si. yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat hingga tersusunnya skripsi ini.
6. Sahabatku Silvi Wardiyah terimakasih atas dukungannya selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insiroh: 6)

“ Jangan pernah malu untuk maju, karena malu menjadikan kita takkan pernah mengetahui dan memahami segala sesuatu hal akan hidup “

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE*

(STUDI PADA PELANGGAN SKINCARE MS GLOW GERAI SUMBERSARI JEMBER).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
4. Bapak Dr. Toni Herlambang, SE, MM selaku dosen ketua penguji
5. Bapak Dr. Budi Santoso, SE, MM, M.Akun selaku dosen pembimbing 1
6. Ibu Dra. Wenny Murtaliningtyas selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERNYATAAN..... | ii |
| PERSETUJUAN..... | iii |
| PENGESAHAN..... | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| MOTTO..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Tinjauan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Electronic Word Of Mouth (E-WOM) | 10 |
| 2.1.3 Brand Image (Citra Merek)..... | 12 |
| 2.1.4 Persepsi Harga | 14 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.5 Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 25 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 25 |
| 2.4.1 Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian... | 26 |
| 2.4.2 Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 28 |
| 3.1 Rancangan / Desain Riset | 28 |
| 3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Variabel | 28 |
| 3.2.1 Identifikasi variabel | 28 |
| 3.2.2 Definisi Operasional Variabel..... | 28 |
| 3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 31 |
| 3.3.1 Populasi..... | 31 |
| 3.3.2 Sampel | 31 |
| 3.4 Jenis Data | 31 |
| 3.4.1 Data Primer | 31 |
| 3.4.2 Data Sekunder..... | 32 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 32 |
| 3.6.1 Uji Deskriptif | 33 |
| 3.6.2 Uji Instrumen Data..... | 33 |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik..... | 33 |
| 3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda | 35 |
| 3.6.5 Uji Hipotesis | 35 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 37 |
| 4.1.1 Sejarah Ms Glow | 37 |
| 4.1.2 Logo | 38 |
| 4.1.3 Struktural | 38 |
| 4.1.4 Visi dan Misi..... | 39 |

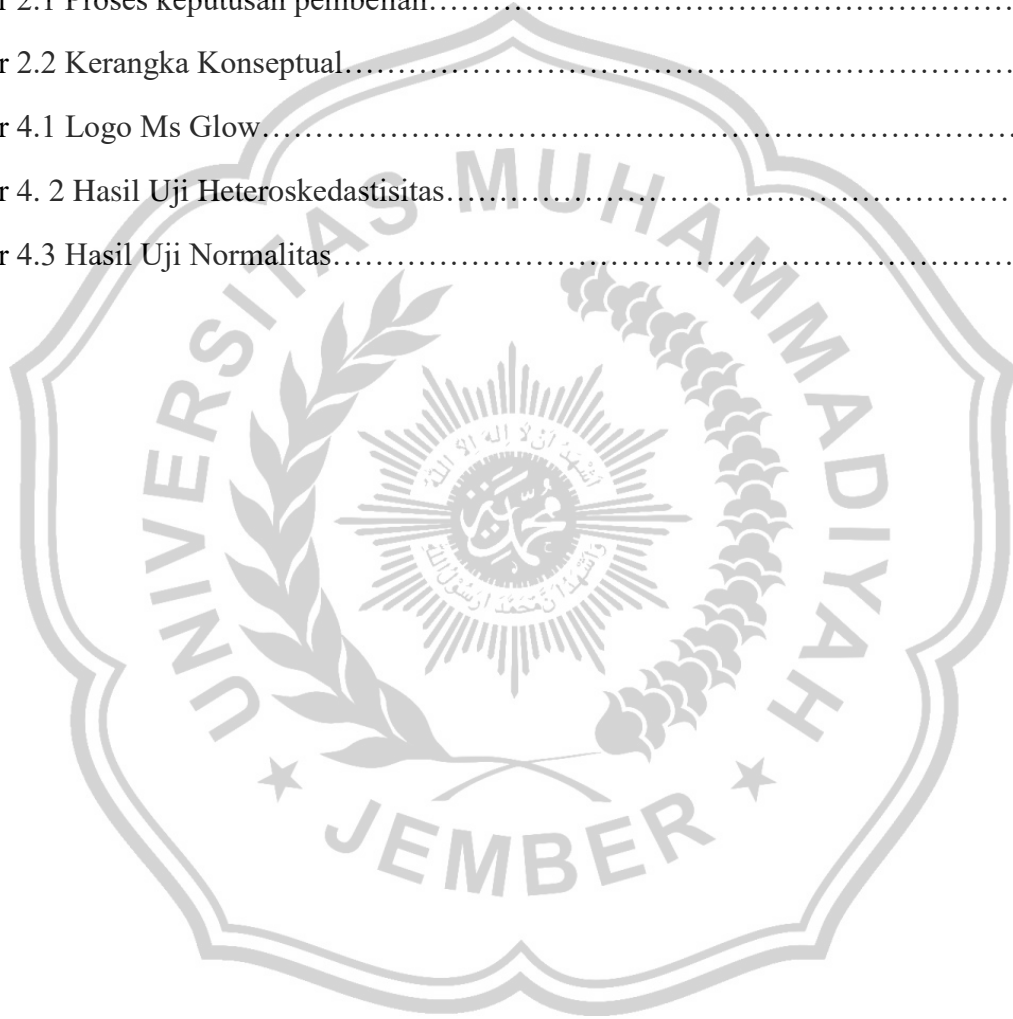
| | |
|---|-----------|
| 4.1.5 Strategi Pemasaran..... | 39 |
| 4.2 Karakteristik Responden..... | 40 |
| 4.2.1 Karakteristik ReSsponden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 40 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 40 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 41 |
| 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden | 42 |
| 4.4 Hasil Analisis Data | 46 |
| 4.4.1 Hasil Statistik Deskriptif..... | 46 |
| 4.4.2 Hasil Uji Instrumen..... | 47 |
| 4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik | 49 |
| 4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 51 |
| 4.4.5 Hasil Uji Hipotesis..... | 52 |
| 4.5 Pembahasan | 54 |
| 4.5.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian... | 54 |
| 4.5.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian..... | 55 |
| 4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 56 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 57 |
| 5.1 Kesimpulan | 57 |
| 5.2 Saran | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 61 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Jenis Paket dan Harga Ms Glow..... | 7 |
| Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Ms Glow..... | 7 |
| Tabel 1.3 Jumlah Omset Penjualan Ms Glow..... | 7 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 40 |
| Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia..... | 40 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 41 |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Electronic Word of Mouth (X1)..... | 42 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Brand Image (X2)..... | 43 |
| Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Persepsi Harga (X3)..... | 44 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y1)..... | 45 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif..... | 46 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas..... | 48 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas..... | 49 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 49 |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Linier Berganda..... | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)..... | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R^2)..... | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-commerce..... | 1 |
| Gambar 1.2 Jumlah data pengguna internet dan media sosial di Indonesia..... | 2 |
| Gambar 1.3 Gambar Post MS GLOW..... | 6 |
| Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian..... | 21 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual..... | 25 |
| Gambar 4.1 Logo Ms Glow..... | 38 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 50 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas..... | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran Kuesioner Penelitian..... | 62 |
| Lampiran Data Responden..... | 64 |
| Lampiran Karakteristik Responden..... | 64 |
| Lampiran Hasil Tanggapan Responden..... | 64 |
| Lampiran Uji Validitas..... | 75 |
| Lampiran Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | 77 |
| Lampiran Uji Asumsi Klasik..... | 80 |
| Lampiran Uji Regresi Linier Berganda..... | 81 |
| Lampiran Uji T..... | 81 |
| Lampiran Uji Determinasi (R^2)..... | 82 |
| Lampiran Dokumentasi..... | 82 |

