

**PENGARUH E MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI
INTERVENING PADA SCINCARE WARDAH DI JEMBER**

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen (S2) dan memperoleh gelar Magister Manajemen



YAYAH IKHDA NEVIA

2420412031

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

2025

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : YAYAH IKHDA NEVIA
NIM : 2420412031
PRODI : MAGISTER MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: **Pengaruh *E-marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *Brand awareness* Sebagai Intervening Pada Scincare Wardah Di Jember** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instansi 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 memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 05 Desember 2025
; menyatakan



YAYAH IKHDA NEVIA
NIM. 2420412031

TESIS

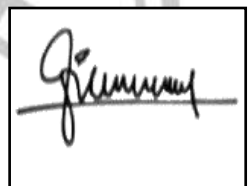
PENGARUH *E-MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SCINCARE WARDAH DI JEMBER

YAYAH IKHDA NEVIA

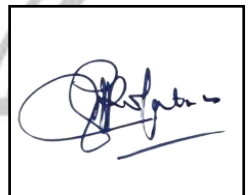
2420412031

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM.



Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Riyanto Setiawan S., SE., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSP., MCE



PENGESAHAN

Tesis berjudul : Pengaruh *E-marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *Brand awareness* Sebagai Intervening Pada Scincare Wardah Di Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 5 Desember 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Ni Nyoman Putu Martini, G,SE., MM.
NPK. 1967030810203499

Anggota 1



Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM.
NPK. 1967052219510256

Anggota 2



Dr. Riyanto Setiawan S., SE., M.S.A.,
Ak., CA., CSRS., CSP., MCE.
NPK. 19721229121091118

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Budi Santoso, SE., MM.
NPK. 1973100911139340

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini diantaranya:

1. Superhero dan panutanku ayahanda Terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
2. Pintu surgaku Ibunda tercinta almarhumah ibu Susilowati yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir tesis, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau dan bapakku tercinta bapak Drs Muta Adib Dardiri selalu mendoakan.
3. Saudara-saudari tersayang saya yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan berbagai saran saat Penulis mengalami kesulitan dan membantu material untuk memenuhi keperluan saya, dan keperluan dalam menyelesaikan tesis.
4. Teruntuk sahabat-sahabat saya. yang selalu membantu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam berteman dan mensupport saya.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama Ibu Dr. Retno Endah Supeni, Dra., MM. dan Bapak Dr. Riyanto Setiawan S., SE., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSP., MCE selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.

MOTTO

“Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

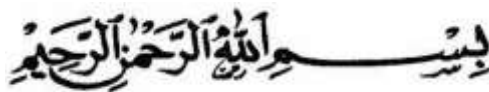
(QS. Ar-Ra’d: 11)

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”

(QS. An-Najm: 39)



KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul, “Pengaruh *E-marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *Brand awareness* Sebagai Intervening Pada Scincare Wardah Di Jember” dengan lancar. tesis ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan tesis ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Budi Santoso, SE., MM yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Ibu Dr. Retno Endah Supeni, MM. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan tesis ini.
6. Bapak Dr. Riyanto Setiawan S., SE., M.S.A., Ak., CA., CSRS., CSP., MCE selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan tesis ini.
7. Ibu Dr. Ni Nyoman Putu Martini. G, SE., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada tesis ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan tesis ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Magister Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 05 Desember 2025
Yang menyatakan

YAYAH IKHDA NEVIA
NIM. 2420412031



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
TESIS.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Grand Theory</i> -Perilaku Konsumen	6
2.2 Kajian Pustaka.....	7
2.2.1 <i>E-marketing</i>	7
2.2.1.1 Indikator <i>E-marketing</i>	7
2.2.2 Kualitas Produk.....	8
2.2.3 Brand Awareness.....	9
2.2.4 Keputusan Pembelian	10
2.3 Penelitian Terdahulu.....	13
2.4 Kerangka Konseptual	7
2.5 Pengembangan Hipotesis	8
2.5.1 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	8
2.5.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	9
2.5.3 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember.....	9
2.5.4 Pengaruh kualitas produk terhadap <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember.....	10
2.5.5 Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	11
2.5.6 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap keputusan pembelian, melalui <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember	11
2.5.7 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember	12

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Identifikasi Variabel.....	40
3.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2.1 <i>E-marketing</i> (X1).....	40
3.2.2 Kualitas Produk (X2).....	41
3.2.3 <i>Brand Awareness</i> (Z).....	42
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	42
3.3 Desain Penelitian	43
3.4 Jenis Data	44
3.4.1 Data Primer.....	44
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel	44
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Analisis Deskriptif	46
3.6.1 Pengujian Hipotesis	46
1. Pengujian Outer Model.....	47
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.3 Hasil Analisis Data	56
4.3.1 Uji Outer Loading.....	56
4.3.2 <i>Contruck Reliability</i> dan <i>validity</i>	56
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.4 Koefisien Determinasi R²	59
4.5 Pembahasan	60
4.5.1 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	60
4.5.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	61
4.5.3 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap brand awareness Scincare Wardah Di Jember	63
4.5.4 Pengaruh kualitas produk terhadap brand awareness Scincare Wardah Di Jember.....	64
4.5.5 Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian Scincare Wardah Di Jember.....	66
4.5.6 Pengaruh <i>e-marketing</i> terhadap keputusan pembelian, melalui <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember	68
4.5.7 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui <i>brand awareness</i> Scincare Wardah Di Jember	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70

5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	71



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Laporan Penjualan Produk Kosmetik 2021-2025	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian (Putra, 2023)	13
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian (Putra & Kuswanto, 2022).....	14
Tabel 2.3 Ringkasan Penelitian (Hayyina et al., 2025)	15
Tabel 2.4 Ringkasan Penelitian (Alfiqri & Trisnawati, 2024)	16
Tabel 2.5 Ringkasan Penelitian (Sari Umita et al., 2020)	17
Tabel 2.6 Ringkasan Penelitian (Azzahra et al., 2024)	18
Tabel 2.7 Ringkasan Penelitian (Umah et al., 2024)	19
Tabel 2.8 Ringkasan Penelitian (Ansar et al., 2024)	20
Tabel 2.9 Ringkasan Penelitian (Wiadi et al., 2023)	21
Tabel 2.10 Ringkasan Penelitian (Ida & Respati, 2021)	22
Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>E-marketing</i> (X1)	50
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand awareness</i> (Z).....	53
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer-Loading</i>	56
Tabel 4.6 Hasil <i>Contruck Reliability dan validity</i>	56
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung.....	57
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung.....	58
Tabel 4.9 Adjusted <i>R-squared coefficients</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Kajian Pustaka.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Logo <i>Scincare</i> Wardah	49
Gambar 4.2 Hasil Analisis Jalur	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	76
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	79
Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden	84
Lampiran 4. Hasil Analisis Daya Smart PLS	89

