

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM* DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SOMETHINC**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

TERESA IKA OKTAVIANI

20420061

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Teresa Ika Oktaviani

NPM : 20420061

Alamat : Jl. Lidah Kulon No. 47 Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *E-WOM* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**" bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



TERESA IKA OKTAVIANI

NPM : 20420061

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, E-WOM, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SOMETHINC
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

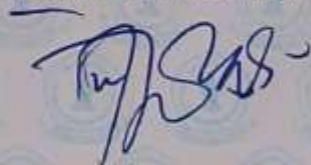
Diajukan oleh:

Teresa Ika Oktaviani

NPM : 20420061

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Tanggal, 10 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 10 Juli 2024

HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, E-WOM, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SOMETHINC

(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)

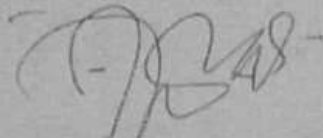
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Teresa Ika Oktaviani

NPM : 20420061

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



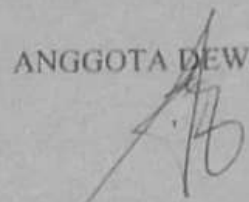
Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Djojo Diharjo, SE., MM., M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, ...10 Juli 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *E-WOM*, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Something (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*”**, sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta dukungan, bimbingan maupun motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp.THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah mustikorini, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan maupun mengarahkan selama penulisan skripsi ini.

5. Bapak Lestari, S.E., MM, selaku Dosen Wali yang turut membantu saya memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat untuk saat ini maupun di masa depan.
7. Seluruh Staff Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan hingga skripsi.
8. Kedua orang tua saya, Papa dan Mama serta Adik-Adik saya yang selalu mendoakan, memberikan semangat maupun dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada diri penulis yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
10. *Special thanks to* Adiva Wahyu, Rosalia Antika, Amanda Orisa, Gigi Ariani, dan Ernatalia yang telah meluangkan waktu serta sangat membantu penulis dalam proses penelitian skripsi ini hingga selesai.
11. Kepada idola penulis Kim Dongyoung, yang secara tidak langsung selalu menginspirasi penulis untuk tidak menyerah dan tetap berusaha sampai akhir.
12. Kepada sahabat penulis Roosyidah, Savira, Nelly, Salsa, Alvina, Desi, Afifah, Victor, Rangga, Andrean, Rifangga, Ari, Agung, dan Elis yang selalu mengingatkan penulis untuk terus bertahan dan berjuang, serta

mendengarkan keluh kesah penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

13. Rekan seangkatan 2020 dan semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berbagi pengalaman dan membantu semasa perkuliahan.

Semoga Allah SWT. selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Dengan demikian penulis mengakhiri kata pengantar ini. Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Surabaya, 20 Juni 2024



Teresa Ika Oktaviani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRAC	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	10

2.1.4 Kualitas Produk	11
2.1.4.1 Indikator kualitas Produk	11
2.1.5 <i>E-WOM</i>	12
2.1.5.1 Indikator <i>E-WOM</i>	13
2.1.6 Brand Ambassador.....	13
2.1.6.1 Indikator Brand Ambassador.....	14
2.1.7 Keputusan Pembelian	15
2.1.7.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
2.1.7.2 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.8 Hubungan Antar Variabel	17
2.1.8.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.1.8.2 Hubungan <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	18
2.1.8.3 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1 Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	21
2.3.1 Hipotesis.....	21
2.3.2 Model Analisis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi.....	23

3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel	26
3.4.1 Kualitas Produk (X1).....	26
3.4.2 <i>E-WOM</i> (X2).....	26
3.4.3 Brand Ambassador (X3)	27
3.4.4 Keputusan Pembelian (Y)	28
3.5 Jenis dan Sumber Data	29
3.5.1 Jenis Data	29
3.5.2 Sumber Data.....	29
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
3.7.1.1 Uji Validitas	30
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.7.3 Uji Hipotesis.....	32
3.7.3.1 Uji F	32
3.7.3.2 Uji T	32
3.8.1 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 Karakteristik Responden	35

4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.1.2 Responden Berdasarkan Program Studi	35
4.2.2.3 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Mahasiswa Aktif.....	36
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	36
4.3.1 Deskripsi Variable Kualitas Produk (X^1).....	37
4.3.2 Deskripsi Mengenai Variable <i>e-WOM</i> (X^2).....	38
4.3.3 Deskripsi Variable <i>Brand Ambassador</i> (X^3).....	38
4.3.4 Deskripsi Variable Keputusan Pembelian (Y)	39
4.4 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	39
4.4.1 Hasil Uji Validitas	39
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
4.4.4 Uji F	43
4.4.5 Uji T.....	44
4.4.6 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	45
4.5 Pembahasan	46
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Somethinc	46
4.5.2 Pengaruh <i>E-WOM</i> (X2) Terhadap Buying Decision (Y) Produk Somethinc).....	46
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Somethinc	47

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Simpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
5.3 Keterbatasan Penelitian	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
LAMPIRAN I.....	53
LAMPIRAN II.....	58
LAMPIRAN III	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Mahasiswa Aktif <i>Faculty Economic and Business</i> University Wijaya Kusuma Surabaya 2020-2022.....	24
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	30
Tabel 4. 1 Respondens Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Program Studi	35
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Mahasiswa Aktif.....	36
Tabel 4. 4 Kategori Masing-Masing Variable.....	37
Tabel 4. 5 Tanggapan Respondens Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	37
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-WOM.....	38
Tabel 4. 7 Tanggapan Respondens Terhadap Variable BA	38
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variable Buying Desicion	39
Tabel 4. 9 Validity Test Result.....	40
Tabel 4. 10 Reliability Test Results.....	41
Tabel 4. 11 Multiple Linear Regression Test Results.....	41
Tabel 4. 12 F Test Results.....	43
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	44
Tabel 4. 14 Coefficient Of Multiple Determination	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E- Commerce 2022.....	3
Gambar 2.1 Model Analisis	23
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji F	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER	63
LAMPIRAN II DATA TABULASI	68
LAMPIRAN III HASIL OUTPUT SPSS	79

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir tren penggunaan perawatan kulit sangat bermanfaat untuk perbaikan kulit. Industri kecantikan sangat kompetitif dan setiap merek punya banyak cara kreatif dalam menghadirkan produk perawatan kulit. Dalam kehidupan masyarakat, khususnya perempuan tentunya sangat peduli dengan penampilan mereka. Penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana responden mengambil keputusan mengenai produk *somehinc* berdasarkan aspek *quality product, E-WOM, & brand ambassador*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, responden berjumlah 110 mahasiswa diambil dengan kuesioner. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *E-WOM* memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *somehinc*. Sebaliknya, keputusan untuk membeli *somehinc* tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *Brand Ambassador*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, E-WOM, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

In recent years, the trend of using skincare has been very beneficial for skin improvement. The beauty industry is very competitive and each brand has many creative ways of presenting skincare products. In people's lives, especially women, of course, care a lot about their appearance. The purpose of this study is to determine how respondents make decisions about something products based on factors such as product quality, E-WOM, and brand ambassadors. This study employs a quantitative methodology, with 110 students participating. Results of the investigation indicate that product quality and E-WOM have a significant impact on the decision to purchase Something. Conversely, the decision to purchase Something can not be significantly influenced by the Brand Ambassador.

Keywords: Product Quality, E-WOM, Brand Ambassador, Purchasing Decision