

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW PADA *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Tika Yolanda
200910293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW PADA *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Tika Yolanda
200910293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Tika Yolanda
NPM : 200910293
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

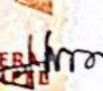
“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 Juli 2025



174AMX418649814
Tika Yolanda
200910293

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE MS GLOW PADA *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Tika Yolanda
200910293**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 18 Juli 2025



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk dan e-WOM terhadap keputusan pembelian Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden merupakan masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di wilayah Kecamatan Sagulung Kota Batam. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26. Berdasarkan data dan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa citra merek secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di Kota Batam. Selain itu kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di Kota Batam. Pada e-WOM secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di Kota Batam. Dan secara simultan, citra merek, kualitas produk dan e-WOM secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Skincare MS Glow pada *e-Commerce* Tokopedia di Kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, E-WOM dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of brand image, product quality and e-WOM on purchasing decisions for MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in Batam City. This study uses a quantitative research method. The research sample consisted of 100 respondents who were people who had purchased and used MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in the Sagulung District, Batam City. The data collection method used was primary data. Data processing used the SPSS Version 26 program. Based on the data and analysis that have been carried out, this study shows that brand image positively and significantly influences purchasing decisions for MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in Batam City. In addition, product quality positively and significantly influences purchasing decisions for MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in Batam City. In e-WOM, it positively and significantly influences purchasing decisions for MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in Batam City. And simultaneously, brand image, product quality and e-WOM positively and significantly influence purchasing decisions for MS Glow Skincare on Tokopedia e-Commerce in Batam City.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, E-WOM and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis mennyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 18 Juli 2025



Tika Yolanda
NPM. 200910293



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Citra Merek	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	15
2.1.3 E-WOM	17
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.3 Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	25
3.3.1 Lokasi Penelitian	25
3.3.2 Periode Penelitian.....	25

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	26
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	27
3.5 Sumber Data.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7 Operasional Variabel.....	28
3.8 Metode Analisis Data	29
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.8.2 Uji Kualitas Data	30
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.4 Uji Pengaruh	32
3.9 Uji Hipotesis	33
3.9.1 Uji t (Secara Parsial).....	33
3.9.2 Uji F (Secara Simultan)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	35
4.2.1 Profil Responden	35
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	38
4.4 Analisis Data	42
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh	47
4.5 Hasil Uji Hipotesis	49
4.6 Pembahasan.....	51
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.6.3 Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan E-WOM Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	52
4.7.1 Implikasi Teoritis	52
4.7.2 Implikasi Praktis.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Top 10 Brand Skincare Terbaik Di E-Commerce Tahun 2022-2024</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	44
Gambar 4.3 Uji Normalitas Kurva Histogram	45
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatter Plot</i>	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kategori Usia Pengguna <i>Skincare</i> Perempuan	5
Tabel 1.2 Varian Produk <i>Skincare</i> MS Glow	6
Tabel 1.3 Nilai Pelanggan Pada Varian Produk <i>Skincare</i> MS Glow	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	26
Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner	28
Tabel 3.3 Operasional Tabel	29
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif	30
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	37
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	38
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Citra Merek.....	39
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Reponden Variabel E-WOM.....	41
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	49
Tabel 4.18 Hasil Uji F	50

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Cochran</i>	27
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	29
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	31
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	32