

**PENGARUH *E-WOM*, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NIVEA BODY SERUM DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Elfira Anggraini
210910246**

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

**PENGARUH *E-WOM*, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NIVEA BODY SERUM DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Elfira Anggraini
210910246**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elfira Anggraini

NPM : 210910246

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *E-WOM*, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea Body Serum Di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan 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 dan gelar akademik 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, 14 Juli 2025



Elfira Anggraini
210910246

**PENGARUH *E-WOM*, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NIVEA BODY SERUM DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Elfira Anggraini
210910246

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini

Batam, 14 Juli 2025



Alice Erni Husein, B.Bus., S.E., M.M.
Pembimbing



ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengupas secara mendalam hubungan kausal antara *e-WOM*, kualitas produk, dan tingkat kepercayaan dalam memengaruhi keputusan final pembelian Nivea Body Serum di ranah urban Batam. Penelitian ini berlandaskan pada metodologi kuantitatif dengan deskriptif, dengan melibatkan 100 individu yang telah memiliki pengalaman pembelian terhadap produk yang dikaji. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, mengacu pada pendekatan *Lameshow* guna menjamin keterwakilan sampel yang sah terhadap populasi sasaran. Prosedur analisis data mencakup pengujian kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis untuk mengidentifikasi kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Temuan menunjukkan bahwa variabel *e-WOM* memiliki andil sebesar 27,3% dalam membentuk keputusan pembelian, kualitas produk menyumbang 38,3%, dan pada kepercayaan berkontribusi sebesar 37,3%. Analisis koefisien determinasi (R^2), mengemukakan bahwa ketiga variabel tersebut menjelaskan 77,6% variabilitas dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-WOM*, kualitas produk, dan kepercayaan memiliki signifikansi pengaruh yang solid secara parsial maupun kolektif terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.

Kata kunci: *E-WOM*, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to explore in depth the causal relationship between e-WOM, product quality, and level of trust in influencing the final decision to purchase Nivea Body Serum in the urban area of Batam. This study is based on quantitative methodology with descriptive, involving 100 individuals who have had experience purchasing the product being studied. The sampling technique was carried out by purposive sampling, referring to the Lameshow approach to ensure valid sample representation of the target population. Data analysis procedures include data quality testing, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests to identify the strength of the influence of independent variables on dependent variables. The findings show that the e-WOM variable has a share of 27.3% in forming purchasing decisions, product quality contributes 38.3%, and trust contributes 37.3%. The analysis of the coefficient of determination (R^2), suggests that the three variables explain 77.6% of the variability in the purchasing decision-making process. Thus, it can be concluded that e-WOM, product quality, and trust have a significant solid influence partially and collectively on purchasing decisions for Nivea Body Serum products in Batam City.

Keywords: *E-WOM, Product Quality, Purchasing Decision, Trust.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Alice Erni Husein, B.Bus., S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 14 Juli 2025



Elfira Anggraini



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Secara Teoritis	12
1.6.2 Secara Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 <i>E-Wom</i>	16
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Wom</i>	16
2.1.1.2 Aspek <i>E-Wom</i>	17
2.1.1.3 Indikator <i>E-WOM</i>	19
2.1.2 Kualitas Produk	21
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.2.2 Faktor Kualitas Produk	22
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	27
2.1.3 Kepercayaan	28
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan	28
2.1.3.2 Faktor Kepercayaan	30
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan	32
2.1.4 Keputusan Pembelian	33
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	35
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.3.1 Pengaruh <i>E-Wom</i> Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	48

2.3.4	Pengaruh <i>E-Wom</i> , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.4	Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	51
3.2	Sifat Penelitian	51
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	52
3.3.1	Lokasi Penelitian	52
3.3.2	Periode Penelitian.....	52
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi	53
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	53
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	55
3.5	Sumber Data	55
3.6	Metode Pengumpulan Data	56
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	58
3.7.1	Variabel Independen (X)	58
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	58
3.8	Metode Analisis Data	60
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	60
3.8.2	Uji Kualitas Data	61
3.8.2.1	Uji Validitas	61
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	62
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	63
3.8.3.1	Uji Normalitas	63
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	65
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	65
3.8.4	Uji Pengaruh.....	66
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	67
3.9	Uji Hipotesis.....	68
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	68
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	73
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	75
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	76
4.3.1	Deskriptif <i>E-WOM</i> (X1).....	76
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2)	77
4.3.3	Deskriptif Kepercayaan (X3)	79
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	80
4.4	Analisis Data	81

4.4.1 Uji Kualitas Data	81
4.4.1.1 Uji Validitas	81
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	84
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	85
4.4.2.1 Uji Normalitas	85
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	88
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	89
4.4.3 Uji Pengaruh.....	90
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.5 Pengujian Hipotesis.....	92
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	92
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	94
4.6 Pembahasan.....	95
4.6.1 Pengaruh <i>E-WOM</i> Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.6.4 Pengaruh <i>E-WOM</i> , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Komentar Negatif Pengguna Nivea Body Serum.....	5
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Pada Kualitas Produk Nivea Body Serum.....	7
Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Nivea Body Serum Pada Manfaat Produk.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	85
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	86
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Body Serum Dengan Penjualan Tertinggi 2025.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusiner.....	57
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	59
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	75
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	76
Tabel 4.6 Deskriptif <i>E-WOM</i>	76
Tabel 4.7 Deskriptif Kualitas Produk.....	78
Tabel 4.8 Deskriptif Kepercayaan.....	79
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>E-WOM</i> (X1).....	81
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	82
Tabel 4.12 Uji Validitas Kepercayaan (X3)	82
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	87
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	90
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	92
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	93
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	94

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lamshow</i>	54
Rumus 3.2 Rentang Skala	60
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	62
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	63
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	67
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	68
Rumus 3.7 Uji t	69
Rumus 3.8 Uji f.....	71