

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi
Manajemen)**

SKRIPSI



**OLEH:
FENY YUSTINI
NIM: 111910897**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2023**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi
Manajemen)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



**OLEH:
FENY YUSTINI
NIM: 111910897**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Feny Yustini
NIM : 111910897
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi Manajemen)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 10 Juli 2023



Dr. Nur'Aeni., S.E., M.Si

NIDN: 0405127503

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi
Manajemen)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Feny Yustini
111910897

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi hari Sabtu, tanggal 12, bulan Agustus, tahun 2023, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

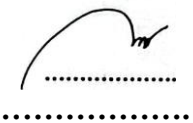
Ketua Penguji
Dr. Surya Bintarti., S.E.,M.M
NIDN: 0423107203

Tanda tangan



Anggota Penguji
Rizqon Hoeroni., S. Fil., M.M.
NIDN 0420058102

.....
Tanda tangan



Ka.Prodi Manajemen

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc
NIDN: 0406068402

Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feny Yustini
NIM : 111910897
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian- bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 12 Agustus 2023



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Aku (Allah) sesuai dengan prasangka hamba-Ku kepada-Ku” – Hadis Qudsi

“Berhusnudzon dengan hal baik ya sama Allah”

“Harus yakin dan percaya pada hal-hal baik yang diharapkan kedepannya”

“Do’a, dukungan, dan ridho mamah akan memperkuat segala yang diharapkan”

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Ibunda dan Alm. Ayahanda tercinta yang selalu mendo’akan dan mendukung yang terbaik untukku, serta keluarga yang selalu memberi dorongan semangat untukku.
- Feny Yustini. Apresiasi sebesar-besarnya kepada diri sendiri, karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah dalam menjalankan setiap prosesnya. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini.
- Aylan Badriyah sahabat tersayang yang selalu ada untuk saya dalam kondisi apapun dan Patricia Putri yang selalu menghibur.
- Riska, Anas dan Jihan sahabat seperjuanganku dalam menyelesaikan perkuliahan.
- Orang – orang baik yang berada disekeliling saya, semoga kalian selalu di berkahi Allah SWT.
- Teman-teman angkatan 2019 Universitas Pelita Bangsa.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh rahmat, taufik dan hidayah-Nya, serta tidak lupa shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi seluruh umatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* dan Kualitas Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi Manajemen)”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Tugas Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur'Aeni., S.E., M.Si selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Tim penguji yang telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal, tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadani RDA.,S.E.,M.Sc dan bapak Wachid Hasyim.,S.E.,MM selaku ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh Staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi.
4. Preatmi Nurastuti .,S.E.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.

5. Hamzah Muhammad Mardiputra.,SKM.,MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak Dr. Rahmat Hidayat., S. Pd., MM, yang mengarahkan dan membagi ilmu pengetahuan kepada saya dalam penyelesaian skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu sebagai bekal bagi penulis.
8. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Ya Rabbal'alamin.
9. Teman-teman angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa kuliah.
10. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PEAAPERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.3 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	10
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	16
2.3.1 Hipotesis	16
2.3.2 Model Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian.....	21
3.1.2 Desain Penelitian	21
3.2.1 Definisi Operasional	23
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	26
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.3. Jenis, Sumber dan Metode Pengambilan Data	27
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	28
3.5.1 Rancangan Analisis.....	28
3.5.2 Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2 Deskripsi Data.....	34
4.1.3 Uji Kelayakan Data.....	36
A. Uji Validitas dan Reliailitas	36
4.1.4 Analisis Uji Data.....	51
A. Pembahasan Hasil Olah Data	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Analisa 7P atas produk <i>Top Brand Skincare</i> Lokal.....	2
Tabel 1.2 Analisa Promosi, Lokasi & Kemasan atas produk Top Brand Skincare Lokal	3
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	31
Tabel 4.1 Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Konstruk <i>Digital Marketing</i>	36
Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Konstruk <i>Word Of Mouth</i>	38
Tabel 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Konstruk Kualitas Produk	39
Tabel 4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Konstruk Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Konstruk <i>Full Model</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Digital Marketing</i>	46
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Word Of Mouth</i>	47
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Kualitas Produk	47
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Model</i>	49
Tabel 4.12 Signifikan Antar Variabel.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Top Brand Perawatan Wajah	1
Gambar 2.1 Model Penelitian	19
Gambar 3.1 Desain Penelitian	21
Gambar 4.1 Diagram Deskripsi Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Diagram Deskripsi Usia.....	35
Gambar 4.3 Model (<i>Standardized</i>) CFA Konstruk Digital Marketing.....	36
Gambar 4.4 Model (<i>Standardized</i>) CFA Konstruk Word of Mouth	37
Gambar 4.5 Model (<i>Standardized</i>) CFA Konstruk Kualitas Produk.....	39
Gambar 4.6 Model (<i>Standardized</i>) CFA Konstruk Keputusan Pembelian..	40
Gambar 4.7 Model (<i>Standardized</i>) CFA Konstruk Full SEM.....	42
Gambar 4.8 Model Struktural (<i>Standardized</i>)	50
Gambar 4.9 Model Struktural (T-Value)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Mapping Jurnal.....	62
Lampiran 2 Kuesioner & Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas (n=107).....	104
Lampiran 4 <i>Descriptive Statistics</i>	109
Lampiran 5 Struktur <i>Standardized</i> & T-VALUE.....	111
Lampiran 6 RTF.....	118
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	137

***The Influence Of Digital Marketing, Word Of Mouth And Product Quality On
The Purchase Decision Of Avoskin Products***

Feny Yustini¹⁾
Nur' Aeni²⁾

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Digital Marketing, Word Of Mouth, and Product Quality on the Purchase Decision of Avoskin products (A Case Study of Management Program Students at Pelita Bangsa University). The research object is Avoskin products, and the population used is the Management Program students at Pelita Bangsa University, with a sample size of 107 respondents. This study is quantitative research using the structural equation modeling (SEM) technique with LISREL version 8.8 software. From the data processing, the conclusion of this study is that Digital Marketing has a positive and significant influence on the Purchase Decision, as the T-values are greater than the critical value. Word Of Mouth has a positive and significant influence on the Purchase Decision, as the T-values are greater than the critical value. Product Quality has a positive and significant influence on the Purchase Decision, as the T-values are greater than the critical value.

Keywords: *Digital Marketing, Word Of Mouth, Product Quality, Purchase Decision.*

Pengaruh Digital Marketig, Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk AVOSKIN

Feny Yustini¹⁾
Nur'Aeni²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* dan Kualitas Prdouk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi Manajemen). Objek peneltian yaitu Produk Avoskin dan populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Prodi Manajemen dan sample sebanyak 107 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik SEM (Struktural Equation Modelling) dengan menggunakan aplikasi Lisrel versi 8.8. Dari pengolahan data, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena *TValues* lebih besar dari *Tkriteria*. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena *TValues* lebih besar dari *Tkriteria*. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena *TValues* lebih besar dari *Tkriteria*.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.