

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CUSTOMER TRUST*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK *WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM*

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

SKRIPSI



OLEH:
GITA APRILIA
NIM: 112010436

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CUSTOMER TRUST*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK *WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM*
(Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

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

SKRIPSI



OLEH:
GITA APRILIA
NIM: 112010436

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini , Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Gita Aprilia

NIM : 112010436

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing*, *Customer Trust*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*. (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020).

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 Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Bekasi, 1 Juli 2024

Pembimbing



Etty Zuliawati Zed, S.E.,M.M
NIDN: 0416077402

SKRIPSI

PENGARUH INFLUENCER MARKETING, CUSTOMER TRUST, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM. (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA ANGKATAN 2020)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Gita Aprilia

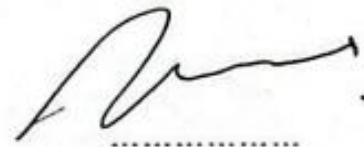
112010436

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Syahrul Alim, S.TP.,M.M.,D.B.A
NIDN: 0423037003

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Andrianto Prasetya Nugroho, S.E.,M.M
NIDN: 0424069301

Tanda Tangan



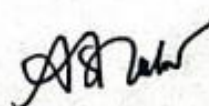
Ka. Prodi Manajemen

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



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



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Menulis skripsi ini adalah perjalanan panjang, setiap usaha dan pengorbanan yang sangat berharga. Ini adalah sebuah pencapaian yang luar biasa. Terima kasih kepada diri sendiri yang terus berjuang tanpa henti.”

(Gita Aprilia)

"Dan katakanlah, 'Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu.'"

(QS. At-Taubah: 105)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ini ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari satu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

“Genius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat”.

(Thomas Edison)

“Tidak ada rahasia untuk sukses. Itu adalah hasil dari persiapan, kerja keras dan belajar dari kegagalan”.

(Colin Powell)

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Tulus penulis persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua, Ibu Musarofah dan Bapak Asngari, sebagai ungkapan terima kasih atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang tak pernah henti. Semoga karya ini menjadi bukti dedikasi saya untuk mewujudkan harapan dan impian keluarga.
2. Kepada ketiga adik penulis, Zalfa Azizah, Alya Novita Sari dan Yunita Khusnawati, dengan penuh cinta dan rasa bangga penulis persembahkan skripsi ini untuk kalian. Terima kasih atas dukungan, doa, dan keberanian yang kalian tunjukkan selama ini. Semoga kalian terus bersemangat mengejar impian dan memperjuangkan apa yang kalian cintai. Ini adalah bukti dedikasi penulis untuk keluarga dan masa depan yang lebih baik bersama.
3. Kepada seluruh dosen Universitas Pelita Bangsa, dengan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, penulis persembahkan skripsi ini sebagai hasil dari bimbingan, ilmu, dan dorongan yang tak terhingga dari Bapak/Ibu. Keberadaan dan dedikasi Bapak/Ibu telah membimbing dan mengilhami penulis dalam menyelesaikan perjalanan akademis ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat dan menjadi penghargaan kami atas

dedikasi Bapak dan Ibu dalam menciptakan generasi penerus yang siap berkarya untuk masa depan.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gita Aprilia
NIM : 112010436
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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

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

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tugas skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 1 Agustus 2024

A 10,000 Indonesian Rupiah postage stamp is shown. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp. The serial number 'DQ5FBALX332283561' is visible at the bottom of the stamp.

Gita Aprilia
112010436

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh *Influencer Marketing, Customer Trust* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*. (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020). Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pelita Bangsa.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ibu Etty Zuliawati Zed, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Tim penguji Bapak Syahrul Alim, S.TP.,M.M.,D.B.A dan Bapak Andrianto Prasetya Nugroho, S.E.,M.M. Terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk menyempurnakan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya Skripsi ini.
3. Bapak Ir. H. Mardiyana., M.M Selaku Pembina Universitas Pelita Bangsa
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardi Putra., S.K.M., M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak Dr. Ir. Soepriyanto Selaku Wakil Rektor I Universitas Pelita Bangsa
6. Bapak Hatta Fahamsyah, S.Sy., MSc E Selaku Wakil Rektor II Universitas Pelita Bangsa
7. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
8. Ibu Yunita Ramadhani R.D.S., S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa.
9. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonimu dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan bagi penulis.
10. Orang tua tercinta. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada jannah-Mu bersama orang-orang beriman.

11. Adik-adik saya tercinta, Zalfa, Alya, Una yang telah memberi warna baru untuk hidup saya. Semoga adik – adik saya bisa meraih cita-cita yang diimpikannya.
12. Kepada Rifqi Maulana S.M yang selalu memberikan support, doa dan dukungannya untuk keberhasilan skripsi ini.
13. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi saran, dan semangat yang diberikan, penulis selalu merindukan bersama di masa perkuliahan.
14. Kepada sahabat-sahabat penulis “JJ RIMEX Group”: Ghefira, Mayang, Rifqi, Aji, Dimas, Yoga dengan rasa terima kasih yang mendalam, skripsi ini penulis persembahkan untuk kalian. Terima kasih atas dukungan tak henti, semangat yang luar biasa, dan kerja keras yang telah kita lakukan bersama. Kalian adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini, dan cerminan dari kekuatan persahabatan sejati. Semoga persahabatan kita selalu terjaga dan semakin erat di masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bekasi, 1 Juli 2024

Gita Aprilia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Abstract.....	xiv
Abstrak.....	xv
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
2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Influencer Marketing</i> ...	13
2.1.1.4 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	14
2.1.2 <i>Customer Trust</i>	15
2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Trust</i>	16
2.1.2.2 Indikator <i>Customer Trust</i>	17
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>E-WoM</i>	19
2.1.3.2 Indikator <i>E-WoM</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian.....	30
2.3.1 Hipotesa.....	30
2.3.2 Model Penelitian.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis dan Penelitian	34
3.1.1 Jenis Penelitian	34
3.1.2 Tempat dan waktu penelitian	34
3.1.3 Desain Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	36
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	36
3.2.2 Pengukuran Variabel	36

3.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.5.3 Pengujian Hipotesis	44
3.5.4 Analisis Regresi Berganda.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Profil Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi dan Misi	46
4.1.3 Maksud dan Tujuan Perusahaan	47
4.2 Deskripsi Data	48
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	48
4.2.2 Karakteristik Responden.....	48
4.3 Uji Kualitas Data	50
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.5 Uji Hipotesis	57
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5.2 Uji T.....	58
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.6 Analisis atau Interpretasi Data.....	61
4.6.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan peringkat Lipstik sebagai merek terkemuka	3
Tabel 1. 2 Perbandingan aspek pemasaran penjualan Lip Cream Matte	4
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 3 Skor pertanyaan kuesioner	42
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Influencer Marketing (X1).....	51
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Customer Trust (X2).....	52
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth (X3)	52
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Mente Carlo	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Kosmetik yang sering digunakan.....	2
Gambar 4. 1 Karakteristik berdasarkan usia	49
Gambar 4. 2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	49
Gambar 4. 3 Karakteristik berdasarkan pekerjaan	50
Gambar 4. 4 Hasil Histogram.....	55
Gambar 4. 5 Grafik Normal Probability Plots	55
Gambar 4. 6 Grafik Output Scatterplot.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	71
Lampiran 2 Penelitian Terdahulu yang relevan	77
Lampiran 3 Data Tabulasi Penelitian	87
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS	98
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	107

The Influence Of Influencer Marketing, Customer Trust, And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions Of Wardah Exclusive Matte Lip Cream Products

(A Case Study On Students Of Pelita Bangsa University Class Of 2020)

Gita Aprilia ⁽¹⁾

Etty Zuliawati Zed ⁽²⁾

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a partial influence of Influencer Marketing, Customer Trust, and Electronic Word of Mouth on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lip Cream. This research uses a quantitative method, with 100 respondents as the sample. The sampling technique uses probability sampling with simple random sampling. The data collection tool uses a questionnaire filled with statements from the variables of Influencer Marketing, Customer Trust, and Electronic Word of Mouth. The analytical technique used is multiple regression analysis. The results of this study prove that Influencer Marketing partially has a positive and significant effect on Purchase Decision with a significance level of $0.002 < 0.05$. Customer Trust has a positive and significant effect on Purchase Decision with a significance level of $0.002 < 0.05$. Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Decision with a significance level of $0.006 < 0.05$.

Keyword: *Influencer Marketing, Customer Trust, Electronic Word of Mouth, Purchase Decisions*

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CUSTOMER TRUST* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK *WARDAH EXCLUSIVE MATTE LIP
CREAM*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA
ANGKATAN 2020)**

Gita Aprilia ⁽¹⁾
Etty Zuliawati Zed ⁽²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Influencer Marketing*, *Customer Trust* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian *Wardah Exclusive Matte Lip Cream* secara parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah responden 100 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Alat pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang diisi dengan pernyataan dari variabel *Influencer Marketing*, *Customer Trust* dan *Electronic Word of Mouth*. Teknis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Influencer Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat *signifikansi* $0.002 < 0.05$. *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat *signifikansi* $0.002 < 0.05$. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat *signifikansi* $0.006 < 0.05$.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, *Customer Trust*, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian