



**PENGARUH *INFLUENCER*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SOMETHINC
(Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**NAMA : FATIH SEKAR AYU FEBRIANTRI
NIM : 43122010004**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH *INFLUENCER*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SOMETHINC
(Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

MERCU BUANA

**NAMA : FATIH SEKAR AYU FEBRIANTRI
NIM : 43122010004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

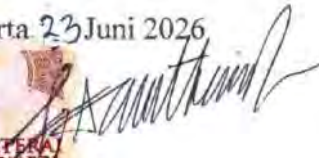
Nama : Fatih Sekar Ayu Febriantri
NIM : 43122010004
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Influencer*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Somethinc (Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta 23 Juni 2026



Fatih Sekar Ayu Febriantri
NIM 43122010004

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi				
Tgl. Efektif	25 September 2024					

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : FATIH SEKAR AYU FEBRIANTRI
NIM : 43122010004
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH INFLUENCER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SOMETHINC (Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Menyu)
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 16 July 2026
 Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Jul/16/0000001119/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fatih Sekar Ayu Febriantri
NIM : 43122010004
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH INFLUENCER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SOMETHINC (Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Juni 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM
NIDN/NUPTK: 0311018004

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-06266404



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Influencer*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Somethinc (Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Meruya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Janfry Sihite, SE., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Bapak Dudi Permana, S.T., MM., Ph.D, Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Terima kasih kepada kedua Orang Tua yang sudah memberikan pendidikan yang layak dan dukungan yang tiada henti dalam memberikan do'a yang sudah dipanjatkan untuk anaknya hingga menuju gelar yang di capai oleh penulis.
5. Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
6. Terima kasih kepada adik dan kedua abang beserta istrinya yang tidak berhenti untuk menasehati, mendukung dan mendoakan penulis hingga bisa menjadi seorang sarjana.
7. Terima kasih kepada grup *MANIFESTING* yang sudah memberikan dukungan kepada penulis dari awal hingga akhir menuju gelar. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita. Terima kasih untuk Muftika yang sudah mempercayai dan memberikan dukungan tanpa henti kepada penulis hingga sadar arti dari kehidupan sesungguhnya.
8. Kepada teman lama Putri, yang tidak akan pernah penulis lupakan. Terima kasih atas segala jasa yang telah diberikan, kepercayaan, dan dukungan yang begitu tulus untuk penulis. Dan kepada teman lama Puput, yang telah mempercayai penulis sebagai temannya. Terima kasih telah memberikan kepercayaan, dukungan tiada henti, dan doa yang begitu berarti bagi penulis. Semoga nama yang penulis sebutkan terus diberikan kesehatan dan dijauhkan dari hal buruk.

9. Kepada seseorang yang selalu hadir dengan semangat “ayo kerjain, aku temenin”. Terima kasih atas dukungan, perhatian, kasih sayang, dan kesabaran yang tidak pernah surut selama proses penyusunan skripsi ini. Di saat penulis menghadapi keraguan dan kelelahan, kehadiranmu menjadi penguat untuk tetap bertahan hingga skripsi ini usai. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup ini, membumbuhi kasih sayangmu kepada penulis dan memberikan arti ketulusan dalam setiap perjalanan hubungan ini. Kalimat dan jasamu tidak akan pernah penulis lupakan.
10. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada Fatih Sekar dengan pendiriannya telah berjuang melewati berbagai badai yang dilalui, serta tetap memilih untuk bertahan hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis bangga dengan semangatmu, sukses selalu Fatih Sekar.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 April 2026

Fatih Sekar Ayu Febriantri

NIM: 43122010004

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatih Sekar Ayu Febriantri
NIM : 43122010004
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Influencer*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Somethinc (Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juni 2026

Yang menyatakan,



Fatih Sekar Ayu Febriantri
NIM 43122010004

**PENGARUH *INFLUENCER*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SOMETHINC**
(Studi Pada Mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana Meruya)

FATIH SEKAR AYU FEBRIANTRI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yakni memahami pengaruh *Influencer*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada produk kosmetik Somethinc. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi S1 Universitas Mercu Buana yang sudah pernah melakukan pembelian ataupun menjadi pengguna dari produk kosmetik Somethinc. Data primer menjadi data yang digunakan pada penelitian ini dan juga didapat melalui kuesioner serta data sekunder sebagai pendukung. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 200 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Temuan yang didapat menjabarkan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Influencer* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan ulasan dari pengguna lain serta citra merek dibandingkan pengaruh dari influencer dalam mengambil keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Influencer*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *Brand image*, Keputusan pembelian, Kosmetik Somethinc.

**THE INFLUENCE OF INFLUENCERS, ELECTRONIC WORD
OF MOUTH (E-WOM), AND BRAND IMAGE ON PURCHASE
DECISIONS FOR SOMETHINC COSMETIC PRODUCTS**
*(A Study on Undergraduate Female Students at Mercu Buana
University, Meruya)*

FATIH SEKAR AYU FEBRIANTRI

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate how Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-WOM), and Influencers affect consumers' decisions to buy certain cosmetics. Female undergraduate students at Universitas Mercu Buana who have bought or used Somethinc cosmetics participated in this study. Primary data collected via surveys and secondary data used as supporting material make up the data used in this study. 200 respondents were sampled using a purposeful non-probability sampling strategy. Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) was the data analysis technique used. The findings indicate that while influencers have a favorable but not statistically significant impact on purchase decisions, electronic word of mouth (E-WOM) and brand image have a positive and substantial impact. These results show that when making judgments about what to buy, customers are more likely to take brand image and user ratings into account than influencer advertisements.

Keywords: *Influencers, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Brand image, Purchasing Decisions, Cosmetic Somethinc.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kontribusi Penelitian.....	13
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	13
1.4.2 Kontribusi Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.3 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.1.5 <i>Influencer</i>	26

2.1.6	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	29
2.1.7	<i>Brand Image</i>	31
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1	Hubungan Antara <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.2	Hubungan Antara <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.3.3	Hubungan Antara <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.4	Kerangka Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.2	Desain Penelitian.....	48
3.3	Definisi dan Operasional Variabel.....	48
3.3.1	Definisi Variabel.....	49
3.3.2	Operasional Variabel.....	51
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	53
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.5.1	Populasi Penelitian.....	54
3.5.2	Sampel Penelitian.....	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.7	Metode Analisis Data.....	58
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2	Analisis <i>Partial Least Square</i>	60
3.7.3	Pengujian Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.2	Statistik Deskriptif	68
4.2.1	Deskripsi Responden.....	68
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	72
4.3	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	77
4.3.1	Hasil Pengujian Model pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.3.2	Hasil Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	85

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5. 1 Kesimpulan	96
5. 2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan Somethinc	98
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pra Survey Penelitian.....	9
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert.....	54
Tabel 4. 1	Screening Data Responden	68
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	69
Tabel 4. 3	Fakultas Responden	70
Tabel 4. 4	Pengeluaran Responden	71
Tabel 4. 5	Hasil Deskripsi Jawaban Responden <i>Influencer</i>	73
Tabel 4. 6	Hasil Deskripsi Jawaban Responden <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	74
Tabel 4. 7	Hasil Deskripsi Jawaban Responden <i>Brand Image</i>	75
Tabel 4. 8	Hasil Deskripsi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	76
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	79
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	80
Tabel 4. 11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
Tabel 4. 12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	82
Tabel 4. 13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker)</i>	83
Tabel 4. 14	Hasil Uji <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	84
Tabel 4. 15	Hasil Uji <i>R-Square (R2)</i>	86
Tabel 4. 16	Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	87
Tabel 4. 17	Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	88

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penghargaan yang diraih oleh Somethinc Tahun 2019 – 2021.....	3
Gambar 1. 2 10 Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan (2022).....	4
Gambar 1. 3 Top 10 Brand Perawatan dan kecantikan Terbaik di E-Commerce ...	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	45
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	78
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	80
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	108
Lampiran 2. <i>Sreening</i> Responden.....	109
Lampiran 3. Data Responden.....	109
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 5. Hasil kuesioner 200 Responden	113
Lampiran 6. Hasil Variabel Kuesioner 200 Responden.....	118
Lampiran 7. Deskripsi Responden.....	123
Lampiran 8. Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	124
Lampiran 9. Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	126
Lampiran 10. Hasil <i>Algorithm</i> PLS.....	126
Lampiran 11. Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	127
Lampiran 12. Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i>	127
Lampiran 13. Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	127
Lampiran 14. Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	128
Lampiran 15. Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	128
Lampiran 16. Hasil Uji Nilai <i>Q-Square (Blindfolding)</i>	128
Lampiran 17. Hasil Uji Hipotesis.....	128

