PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *GREEN PRODUCT*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *BODY WASH* GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

ZULAIKHA ARRABANI

43122010185

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING, GREEN PRODUCT,* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *BODY WASH* GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

ZULAIKHA ARRABANI

43122010185

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulaikha Arrabani

Nim : 43122010185

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain. Maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembantalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian penyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 September 2026



Zulaikha Arrabani

NIM: 43122010185

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: ZULAIKHA ARRABANI
NIM	: 43122010185
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH INFLUENCER MARKETING, GREEN PRODUCT, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BODY WASH GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT
Hasil Pengecekan Turnitin	: 19%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **19%** 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.

Jakarta, 14 October 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Oktober/14/0000001733/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Zulaikha Arrabani
NIM	:	43122010185
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH INFLUENCER MARKETING, GREEN PRODUCT, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BODY WASH GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 02 September 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. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0315057602

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-09266901

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *Influencer marketing, Green product,* dan Kualitas Produk terhaap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Wash* Grace And Glow di Jakarta Barat". Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof Dr. Andi Andriyansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesainya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang tak ternilai.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan material maupun moral yang tiada henti kepada penulis.
7. Kepada seluruh sahabat yang sudah memberikan motivasi dan dukungan, terimakasih sudah menjadi sahabat terbaik.
8. Kepada seluruh teman mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga kita dapat bersama-sama mewujudkan impian dan harapan yang telah kita cita-citakan.

lib.mercubuana.ac.id

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 September 2026



Zulaikha Arrabani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAM PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Zulaikha Arrabani
NIM	:	43122010185
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh *Influencer Marketing, Green Product,* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Bodywash Grace And Glow Di Jakarta Barat

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 diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Oktober 2026
Yang menyatakan,



Zulaikha Arrabani

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING, GREEN PRODUCT,* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *BODY WASH* GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT

ZULAIKHA ARRABANI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer marketing, Green product,* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Body Wash* merek Grace And Glow di Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di wilayah Jakarta Barat khususnya yang termasuk dalam kelompok (Gen Z dan Milenial) dan pernah membeli atau menggunakan produk *Body Wash* Grace And Glow. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan pendepkatan purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 165 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer marketing, Green product,* kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Body Wash Grace And Glow di Jakarta Barat. Di antara ketiga variabel tersebut, *influencer marketing* memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh kualitas produk dan *Green product*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan efektivitas *influencer marketing,* kualitas produk, serta penguatan atribut ramah lingkungan dapat menjadi faktor yang mendukung peningkatan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Body Wash Grace And Glow.

Kata kunci: *Influencer marketing, Green product,* Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Grace And Glow.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING, GREEN PRODUCT,* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *BODY WASH* GRACE AND GLOW DI JAKARTA BARAT

ZULAIKHA ARRABANI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of influencer marketing, green product, and product quality on consumer purchase decisions for the Grace and Glow Body Wash product in West Jakarta. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of consumers residing in West Jakarta, particularly those belonging to Generation Z and Millennials, who have purchased or used Grace and Glow Body Wash products. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach, involving 165 respondents. Data were collected through an online questionnaire using a Likert scale and analyzed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The results showed that influencer marketing had a positive and significant effect on purchase decisions. Green product also had a positive and significant effect on purchase decisions. Furthermore, product quality had a positive and significant effect on purchase decisions. Among the three variables, influencer marketing had the strongest influence on purchase decisions, followed by product quality and Green product. These findings indicate that improving the effectiveness of influencer marketing, maintaining product quality, and strengthening environmentally friendly product attributes can support consumer purchase decisions for Grace And Glow Body Wash.

Keywords: *Influencer marketing, Green product, Product Quality, Purchase Decision, Grace And Glow.*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Kontribusi Penelitian 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **11**
2.1 Kajian Pustaka 11
2.1.1 Perilaku Konsumen 11
2.1.2 Sustainable Development Goals (SDGs) 12
2.1.3 Keputusan Pembelian 14
2.1.4 Kualitas Produk 16
2.1.5 Green Product 17
2.1.6 Influencer Marketing 18
2.2 Penelitian Terdahulu 20
2.3 Pengembangan Hipotesis 27
2.3.1 Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian 27
2.3.2 Pengaruh Green *Product* terhadap Keputusan Pembelian 28
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 28
2.3.4 Kerangka Konseptual 29
BAB III METODE PENELITIAN **31**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 31
3.2 Desain Penelitian 31
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Penelitian 31
3.3.1 Definisi Variabel 32
3.3.2 Operasionalisasi Variabel 32
3.4 Skala Penguruan Variabel 35

lib.mercubuana.ac.id

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 36
3.5.1 Populasi Penelitian 36
3.5.2 Sampel Penelitian 36
3.6 Metode Pengumpulan Data 37
3.7 Metode Analisis Data 37
3.7.1 Analisis Deskriptif 38
3.7.2 Analisis *Partial Least Square* 38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 42
4.2 Hasil Analisis Deskriptif 43
4.2.1 Deskripsi Responden 43
4.2.2 Deskriptif Variabel 45
4.3 Hasil Analisis Data (Partial Least Square) 48
4.3.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 48
4.3.2 Hasil Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 56
4.4 Pembahasan 60
4.4.1 Pengaruh *Influencer marketing* terhadap Keputusan Pembelian 60
4.4.2 Pengaruh *Green product* terhadap Keputusan Pembelian 61
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 63
5.1 Simpulan 63
5.2 Saran 63
5.2.1 Saran untuk perusahaan 63
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya 64
DAFTAR PUSTAKA 65
LAMPIRAN 69

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei 4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Tabel 33
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert 35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan 45
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Influencer marketing (X1) 46
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Green product (X2) 46
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kualitas Produk 47
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) 48
Tabel 4.10 Hasil Outer Loading Sebelum Eliminasi 49
Tabel 4.11 Hasil *Outer Loading* Setelah Eliminasi 52
Tabel 4.12 Nilai Average Variance Extracted (AVE) 53
Tabel 4.13 Hasil Uji Cross Loading 54
Tabel 4.14 Hasil Kriteria Fornell-Larcker 55
Tabel 4.15 Hasil Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) 55
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas 56
Tabel 4.17 Nilai R-Square 57
Tabel 4.18 Nilai Q-Square 58
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis (Bootstrapping) 59

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Perawatan Kecantikan..... 1
Gambar 1.2 Top 10 Brand Sabun Mandi..... 2
Gambar 1.3 Tempat Mencari Informasi Mengenai Produk Kecantikan 6
Gambar 4.1 Hasil Outer Loading Sebelum Eliminasi Indikator..... 49
Gambar 4.2 Hasil Outer Loading Setelah Eliminasi Indikator 51
Gambar 4 3 Gambar Diagram Jalur Hasil Uji Bootstrapping..... 58

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....69
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner.....77
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Responden.....92
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Variabel.....93
Lampiran 5. Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (Outer Model).....96
Lampiran 6. Pengujian Model Structural/Uji hipotesis (Inner Model).....102

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id