PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK KOSMETIK MAKE OVER

(Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

HASNA RAHMA NABILA

43122010020

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK KOSMETIK MAKE OVER

(Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

HASNA RAHMA NABILA

43122010020

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Hasna Rahma Nabila
NIM	:	43122010020
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh *Brand Image, Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap *Purchase Decision* Produk Kosmetik Make Over (Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta)" 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juni 2026



Hasna Rahma Nabila

lib.mercubuana.ac.id

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	: HASNA RAHMA NABILA
NIM	: 43122010020
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK KOSMETIK MAKE OVER (Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** 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, 12 October 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Oktober/12/0000001714/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Hasna Rahma Nabila
NIM	:	43122010020
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Purchase Decision Produk Kosmetik Make Over (Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 Agustus 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-09266861

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya serta kemudahan yang tiada henti diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, banyak yang membantu penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen
4. Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini
5. Bapak Abdul Rojak (alm) dan Ibu Eem Kartika, bapak dan mamah orang tua tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan tanpa henti, serta memberi doa tulus tanpa diminta sehingga penulis memperoleh kekuatan dan kemudahan dalam menghadapi segala kendala
6. Rizka Rahmawati (alm) dan Aditya Pratiwi, kedua kakak tercinta yang selalu memberi semangat, doa tiada batas serta selalu menjadi sumber motivasi bagi penulis.
7. Keluarga besar Bapak H. Ade Komarudin serta seluruh keluarga besar Hj. Omoh (alm) yang berkontribusi banyak dan selalu memberi dukungan tiada henti untuk penulis.
8. Shindy, Lisa, Adzra, Ega, Eka dan Inesti, teman dan sahabat terbaik yang selalu hadir memberikan semangat dan dukungan tak terbatas bagi penulis.
9. Semua teman dan pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

lib.mercubuana.ac.id

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 22 Juni 2026

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Hasna Rahma Nabila
NIM	:	43122010020
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Ekonomi Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh *Brand Image, Product Quality*, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap *Purchase Decision* Produk Kosmetik Make Over (Studi pada Pengguna Kosmetik Make Over di Jakarta).

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Oktober 2026
Yang menyatakan,



Hasna Rahma Nabila

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP *PURCHASE DECISION* (STUDI PADA PENGGUNA KOSMETIK MAKE OVER DI JAKARTA)

HASNA RAHMA NABILA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Purchase Decision (Studi Pada Pengguna Kosmetik Make Over Di Jakarta). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 180 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan metode Partial Least Square (PLS) melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image, Product Quality, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Decision. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk kosmetik Make Over.

Kata Kunci: *Brand Image, Product Quality, Electronic Word of* Mouth (E-WOM), *Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PURCHASE DECISION (A STUDY OF MAKE OVER COSMETIC USERS IN JAKARTA)

HASNA RAHMA NABILA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on the purchase decision for Make Over cosmetic products. The study employs a quantitative approach using a survey method. The sample consists of 180 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method via SmartPLS 4. The results indicate that Brand Image, Product Quality, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) each have a positive and significant effect on purchase decisions. These findings demonstrate that these three variables play a crucial role in influencing consumer purchase decisions regarding Make Over cosmetic products.

***Keywords**: Brand Image, Product Quality, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **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 1
1.2 Perumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Kontribusi Penelitian 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **11**
2.1 Kajian Pustaka 11
2.1.1 *Sustainable Development Goals* (SDGs) 11
2.1.2 *Stimulus–Organism–Response* (SOR) 13
2.1.3 Perilaku Konsumen 13
2.1.4 *Purchase Decision* 14
2.1.5 *Brand Image* 16
2.1.6 *Product Quality* 19
1.4.1. Electronic Word Of Mouth (E-WOM) 21
2.2 Penelitian Terdahulu 23
2.3 Pengembangan Hipotesis 26

lib.mercubuana.ac.id

2.4 Kerangka Konseptual 27
BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 29
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 30
3.3.1 Definisi Variabel 30
3.3.2 Operasionalisasi Variabel 32
3.4 Skala Pengukuran Variabel 34
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 34
3.5.1 Populasi 34
3.5.2 Sampel Penelitian 34
3.6 Teknik Pengumpulan Data 36
3.7 Metode Analisis Data 37
3.7.1 Analisis Deskriptif 37
3.7.2 Uji Instrumen 38
3.7.3 Analisis *Structural Equation Model - Partial Least Square* 39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 43
4.1 Analisis dan Pembahasan 43
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 43
4.1.2 Deskripsi Responden 44
4.1.3 Deskripsi Variabel 46
4.2 Metode Analisa Data *Partial Least Square* (PLS) 52
4.2.1 Hasil Pengujian Pengukuran (*Outer Model*) 52
4.2.2 Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*) 58
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 64
5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN 73

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penurunan Index Produk Kosmetik Make Over 6
Tabel 1. 2 Tabel Pra-Survei 7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 23
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Penelitian 32
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert 34
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 44
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 45
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif *Purchase Decision* 46
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif *Brand Image* 48
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif *Product Quality* 49
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) 50
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian *Convergent Validity* 52
Tabel 4. 9 PLS Agoritma Hasil Modifikasi 54
Tabel 4. 10 Hasil Uji *Discriminant Validity (cross loading)* 55
Tabel 4. 11 Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE) 56
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT) 57
Tabel 4. 13 Hasil Uji *Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)* ..... **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas 58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai *R-Square* (R^2) 59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai *F-Square* 59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis 61

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Belanja Kecantikan di Indonesia 2
Gambar 1. 2 7 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia ... 3
Gambar 1. 3 Top Penjualan Produk Kosmetik 5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikrian Penelitian 28
Gambar 4. 1 PLS Algoritma Hasil Modifikasi 54
Gambar 4. 2 Hasil Uji Boostrapping 60

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 73
Lampiran 2 Petunjuk Pengisian 75
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner 78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id