

**PENGARUH GETOK TULAR DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
SECARA DARING**
(Studi Pada Produk *Whitelab*)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Reski Al Fadilah
NIM : 43119110226

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH GETOK TULAR DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
SECARA DARING**
(Studi Pada Produk *Whitelab*)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**

Jakarta



Nama : Reski Al Fadilah

NIM : 43119110226

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reski Al Fadilah
NIM : 43119110226
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH GETOK TULAR DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SECARA
DARING (Studi Pada Produk Whitelab)
Tanggal Sidang : 4 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing


Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 03243622



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reski Al Fadilah

NIM : 43119110226

Program Studi : S1 Manajemen

Manyatakan 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 pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 4 Maret 2024



Reski Al Fadilah
NIM 43119110226

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada bisnis produk kosmetik *whitelab*. Perkembangan industri kosmetik mengalami kemajuan dan berkembang yang pesat di segala aspek salah satunya adalah aspek industri. Keputusan pembelian konsumen adalah tujuan dari perusahaan dalam melakukan segala aktivitas usaha. Beberapa faktor yang mendorong dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu getok tular dan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh getok tular dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik secara daring (studi pada produk *whitelab*). Dengan metode purposive sampling, pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah para pengguna kosmetik dari produk *whitelab* yang setidaknya pernah membeli satu kali secara online yang berada di wilayah Jakarta Barat. Dengan fokus sampel yang diambil ialah warga Jakarta Barat dengan rentang usia 18 sampai 30 tahun serta berprofesi mahasiswa ataupun karyawan dan mendapatkan sampel sebanyak 97 responden yang diuji dengan *Smart Partial Least Square (PLS)* versi 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa getok tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Getok Tular, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research focuses on the whitelab cosmetic product business. The development of the cosmetics industry is experiencing rapid progress and development in all aspects, one of which is the industrial aspect. Consumer purchasing decisions are the goal of the company in carrying out all business activities. Several factors that encourage and influence consumer purchasing decisions, namely getok tular and service quality. This study aims to examine the effect of word of mouth and service quality on purchasing decisions for online cosmetic products (study on whitelab products). With a purposive sampling method, data collection in this study used a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data source used is primary data. The data analysis used is quantitative descriptive analysis. The samples in this study were cosmetic users of whitelab products who had bought at least once online in the West Jakarta area. With the focus of the sample taken were residents of West Jakarta with an age range of 18 to 30 years and working as students or employees and getting a sample of 97 respondents tested with Smart Partial Least Square (PLS) version 3.0. The results of this study indicate that getok tular has a positive and significant effect on purchasing decisions. Service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Worf Of Mouth, Service Quality, Purchase Decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan hidayah yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Getok Tular dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Secara Daring (Studi pada Produk *Whitelab*)**”. 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 menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan bimbingan terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Ir. Andi Adriyansyah,M.Eng, selaku Rektor di Universitas Mercubuana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, M.M, Ph.D, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, M.M, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu memberikan arahan dan bimbinganya.
5. Ibu Riska Rosdiana, SE, M. Si, selaku dosen Tugas Akhir saya yang selalu memberikan arahan dan bimbinganya.

6. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya baik secara materi dan imateri.
7. Teman-teman saya yang selalu memberikan dukungannya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 19 Februari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Reski Al Fadilah

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Pemasaran	8
2. Getok Tular.....	9
3. Kualitas Layanan	11
4. Keputusan Pembelian	13
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis	21
D. Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian	25
1. Waktu Penelitian.....	25
2. Tempat Penelitian	25
B. Design Penelitian	25
C. Definisi dan Oprasionalisasi Variabel	26

1. Definisi Variabel.....	26
2. Definisi dan Oprasionalisasi Variabel	27
3. Skala Pengukuran Variabel.....	28
D. Populasi dan Sampel Penelitian	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel Penelitian	30
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	31
1. Data Primer	31
2. Data Sekunder.....	32
F. Metode Analisis Data	32
1. Analisis Deskriptif.....	32
2. Metode Analisis Smart Partial Least Square (PLS).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
B. Analisis Data	41
1. Deskriptif Responden	41
2. Deskripsi Variabel	46
3. Hasil Analisis Data	52
C. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Pengaruh Getok Tular Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Laporan Penjualan Brand Kosmetik Lokal 2020-2022.....	4
Tabel 1.2. Data Pra-Survey	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 3.2 Instrumen <i>Skala Likert</i>	28
Tabel 3.3 Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif.....	33
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif</i>	34
Tabel 3.5 <i>Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model)</i>	37
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Produk Kecantikan Selama 3 Bulan Terakhir.....	42
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Aplikasi / <i>Market Place</i> yang Digunakan	43
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Belanja Daring Selama 3 Bulan Terakhir.....	44
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Getok Tular.....	45
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	47
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	51
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> (modifikasi)	53
Tabel 4.11 Hasil Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)	54
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE	56
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Diskriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 4.15 Nilai R ² Variabel Endogen.....	58
Tabel 4.16 Hasil Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	59
Tabel 4.17 Hasil Nilai <i>Effect Size (f²)</i>	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk yang Paling Banyak Dibeli di <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Produk Kosmetik <i>Whitelab</i>	39
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS	52
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pra Survey Pendahuluan73
2. Kuesioner Penelitian dan Hasil PLS77

