

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *TONER N'PURE* DI *PLATFORM* TIKTOK SHOP

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *TONER N'PURE* DI *PLATFORM* TIKTOK *SHOP*

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana



Nama : Ismi Febiyansah
NIM : 43120120072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA DIRI SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ismi Febiyansah

NIM : 43120120072

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Mei 2024



Ismi Febiyansah

43120120072

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ismi Febiyansah
NIM : 43120120072
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Electronic Word of Mouth,
Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Toner N'Pure di Platform Tiktok Shop
Tanggal Sidang : 04 Maret 2025

Disahkan oleh :
Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254880



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

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *toner n'pure* di *platform tiktok shop*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen N'pure yang berusia 17 tahun keatas yang berada di wilayah Jakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 180 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Non Probability Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian berupa kuesioner. Metode analisis data menggunakan *software Partial Least Square 4* (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi harga, *electronic word of mouth*, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The aim of this research is to test and analyze the influence of price perception, electronic word of mouth, and product quality on purchasing decisions for toner n'pure products on the TikTok Shop platform. The type of research used in this research is quantitative. The population in this research is N'pure consumers aged 17 years and over in the Jakarta area. The sample used was 180 respondents. The sampling technique in this research used the Non Probability Sampling Technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument in the form of a questionnaire. The data analysis method uses Partial Least Square 4 (PLS) software. This research proves that price perception, electronic word of mouth, and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Price Perception, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah Rabbil'alamiin, segala puji bagi Allah S.W.T atas segala nikmat dan hidayah-Nya, Tuhan semesta Alam yang senantiasa memberi rahmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya penulis dapat mengatasi segala kesulitan dan hambatan dalam penyusunan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, *Electronic Word of Mouth*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Toner N'Pure di Platform Tiktok *Shop*” sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tak luput dari kesalahan dan kekurangan, namun penulis berharap laporan ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya. Saran dan kritik yang sifatnya membangun ke arah kesempurnaan penyusunan baik dari segi isi maupun teknik penulisannya akan penulis terima dengan senang hati.

Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini secara langsung dan tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada Bapak Rancas dan Ibu Roheni selaku orang tua juga Via, Rhera, Dias, Alves, dan Avichayil selaku kaka dan Adik penulis yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa yang tidak pernah terhenti. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih atas saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan, ilmu dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis oleh Ibu Cut Edwina Safia Oebit, S.E., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama 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 Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Catur Widayati, S.E, M.M., selaku penguji dalam siding skripsi yang sudah memberikan masukan dan saran.
5. Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., selaku penguji dalam siding skripsi yang sudah memberikan masukan dan saran.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Sahabat-sahabat saya Arma, Johanes, Syifa, Taufik, Melinda, Gilbert, Glory serta teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. EXO, terutama Baekhyun dan Sehun karena sudah membuat saya termotivasi, dan bersemangat atas dukungan mereka.
9. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuan dan dorongan, baik moril maupun materi.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas 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. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 4 Maret 2025

Penulis

Ismi Febiyansah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	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	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	19
3. Keputusan Pembelian	21
4. Persepsi Harga	25
5. <i>Electronic Word of Mouth</i>	28
6. Kualitas Produk	33
7. Penelitian Terdahulu	36
B. Pengembangan Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Tempat Penelitian	48
1. Waktu Penelitian	48
2. Tempat Penelitian	48

B. Desain Penelitian	48
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
1. Definisi Variabel Penelitian	48
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	49
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel	54
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Instrumen	56
3. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	57
4. Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>inner</i>) Model	58
5. Hasil Pengujian Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
B. Analisis Deskriptif	62
1. Karakteristik Responden	62
2. Deskripsi Variabel	64
C. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	71
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
2. Hasil Uji Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	78
3. Hasil Uji Hipotesis / Estimasi Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) ..	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
A. Simpulan	85
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Persentase Pengguna <i>Platform</i> Media Sosial	2
1. 2	Data penjualan <i>brand</i> N'Pure di <i>e-commerce</i>	3
1. 3	<i>Top Brand Toner</i> Terbaik di <i>e-commerce</i>	4
1. 4	Perbandingan Harga Produk N'Pure pada <i>Marketplace</i>	7
1. 5	Pertanyaan Pada Pra-Survey	9
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3. 1	Operasionalisasi Variabel	50
3. 2	Skala Likert	54
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4. 4	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	65
4. 5	Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	66
4. 6	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	68
4. 7	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	69
4. 8	Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i>	71
4. 9	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	74
4. 10	Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	75
4. 11	Hasil Pengujian <i>Fornell Lacker Criterion</i>	76
4. 12	Hasil Pengujian <i>Cronbach' Alpha</i> dan <i>Composite Relability</i>	77
4. 13	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	78
4. 14	Hasil Pengujian Q^2 (<i>LV Prediction</i>)	79
4. 15	Hasil Pengujian Q^2 (<i>MV Prediction</i>)	79
4. 16	Hasil Pengujian f^2	80
4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis (Pengaruh Langsung)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Kerangka Konseptual.....	46
4. 1	Logo N'Pure.....	62
4. 2	Diagram Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i>	73
4. 3	Diagram Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	<i>Pra Survey</i>	95
2	Kuesioner.....	97
3	Hasil Jawaban Kuesioner.....	101
4	Hasil Analisis Deskripsi Responden.....	119
5	Hasil Analisi Deskripsi Variabel Jawaban Responden.....	120
6	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	124
7	Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	128
8	<i>Similarity Check</i>	130

