

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PEMBERSIH
WAJAH MEREK POND'S**

(Studi pada Konsumen Pembersih Wajah Pond's di DKI Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Wulan Puspita Maharani

NIM : 43121010355

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

2025

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PEMBERSIH
WAJAH MEREK POND'S**

(Studi pada Konsumen Pembersih Wajah Pond's di DKI Jakarta)

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

SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

MERCU BUANA

Nama : Wulan Puspita Maharani

NIM : 43121010355

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wulan Puspita Maharani

Nim : 43121010355

Program Studi : Manajemen SI

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2025



Wulan Puspita Maharani

NIM : 43121010355

	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 : WULAN PUSPITA MAHARANI
NIM : 43121010355
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PEMBERSIH WAJAH MEREK POND'S (Studi pada Konsumen Pembersih Wajah Pond's di DKI Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 23%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **23%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang 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, 07 August 2025

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Agustus/07/0000000323/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wulan Puspita Maharani
NIM : 43121010355
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PEMBERSIH WAJAH MEREK POND'S (Studi pada Konsumen Pembersih Wajah Pond's di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 25 Juli 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Indra Raharja, ST., MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255305



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

ABSTRAK

Penelitian yang dilaksanakan tujuannya mengkaji pengaruh *social media marketing*, *electronic word of mouth*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pembersih wajah merek Pond's. Subjek difokuskan pada produk perawatan wajah yang dikategorikan sebagai sabun cuci muka. Penelitian yang memanfaatkan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan lewat distribusi kuesioner secara daring memanfaatkan platform Google Form. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan yakni purposive sampling, sebagaimana dijelaskan oleh Hair, total sampel 195 responden. Responden dipilih merupakan individu yang sudah melaksanakan pembelian produk pembersih wajah merek Pond's dan memiliki pengetahuan mengenai perawatan diri dan skincare. Populasi yakni masyarakat berdomisili di DKI Jakarta. Untuk menganalisis data, telah digunakan software statistik Smart-PLS versi 4.0 dengan pendekatan *Partial Least Square*. Berlandaskan hasil analisis, ditemui *social media marketing*, *electronic word of mouth*, kualitas produk secara langsung punya pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk pembersih wajah merek Pond's.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The research was carried out to explore the impact of social media advertising, electronic referrals, and product excellence on buying choices for Pond's brand facial cleansing products. The subjects in this study focused on facial care products categorized as face washes. The research adopts a quantitative strategy, gathering data by distributing online questionnaires through Google Forms. According to Hair, purposive sampling was utilized, with a finalized sample of 195 subjects. This respondents selected are individuals who have purchased Pond's brand facial cleansing products and have knowledge about self-care and skincare. In this research, the subjects are individuals residing in DKI Jakarta. For data analysis, we made use of Smart-PLS version 4.0 with the Partial Least Square technique. Findings from the analysis indicate that social media marketing, electronic word of mouth, and product quality directly and positively affect the purchasing choices for Pond's facial cleansing products.

Keywords: Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and Product Quality on Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pembersih Wajah Merek Pond’s (Studi pada Konsumen Pembersih Wajah Pond’s di DKI Jakarta)”. Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan penelitian ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada bapak Indra Raharja, ST., MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. 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) Orang tua tercinta, dan keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
- 5) Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
- 6) Teman kuliah saya Putri Dwi, Debby, Citra, Anandhita, serta teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

7) Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada seseorang yang begitu berarti dalam perjalanan akhir perkuliahan saya, yaitu pacar saya, Reza Adrianta. Meskipun kami baru saling mengenal di akhir masa kuliah, kehadirannya memberikan warna dan kekuatan tersendiri dalam setiap proses yang saya jalani. Di tengah perjuangan menyelesaikan studi di Universitas Mercu Buana, ia hadir bukan hanya sebagai pendengar setia, tetapi juga sebagai penyemangat utama yang selalu ada di setiap langkah. Terima kasih telah sabar menemani dari proses seminar proposal hingga tugas akhir ini, serta membantu dalam berbagai hal baik besar maupun kecil. Terima kasih sudah menerima saya dalam segala kondisi, memahami saat lelah dan stres melanda, dan tetap ada di sisi saya tanpa diminta. Kehadiranmu bukan hanya memberi dukungan, tapi juga menjadi bagian penting dari kisah perjuangan ini. Aku sangat bersyukur dipertemukan denganmu, di waktu yang tepat, meski di akhir perjalanan kuliahku

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.

Jakarta, 30 Juni 2025

Wulan Puspita Maharani
NIM : 43121010355

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Kontribusi Penelitian.....	16
1. Kontribusi Praktis	16
2. Kontribusi Teoritis.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Manajemen Pemasaran	18
2. Perilaku Konsumen.....	22
3. Teori S-O-R (<i>Stimulus, Organism, Respons</i>)	24
4. <i>Social Media Marketing</i>	28
5. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	31
6. Kualitas Produk	33
7. Keputusan Pembelian.....	39
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Pengembangan Hipotesis	53
D. Kerangka Pemikiran.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
A. Waktu dan Tempat Penelitian	58

B. Desain Penelitian.....	59
C. Definisi dan Opreasional Variabel	59
1. Definisi Variabel.....	59
2. Operasional Variabel	61
D. Skala Variabel	65
E. Populasi dan Sampel Penelitian	67
1. Populasi Penelitian.....	67
2. Sample Penelitian	67
F. Metode Pengumpulan Data	69
G. Metode Analisis Data.....	70
1. Analisa Data Deskriptif.....	70
2. Uji Instrument.....	70
3. Metode Analisis Data Structural Equation Model (SEM)	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
B. Analisis Deskriptif	80
1. Karakteristik Responden.....	80
2. Deskriptif Jawaban Responden	83
C. Hasil Uji Kualitas Data	90
1. Evaluasi Measurement (Outer) Model	90
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	99
D. Pembahasan Hasil Penelitian	104
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.	104
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.	105
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Pembersih Wajah Tahun 2020-2023.....	7
Tabel 1.2 Pra Survey	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	61
Tabel 3.2 Skala Likert	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4.5 Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Social Media Marketing.....	83
Tabel 4.6 Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Electronic Word of Mouth ...	85
Tabel 4.7 Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk	86
Tabel 4.8 Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	88
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity	90
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	92
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Discriminant Validity	94
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE	97
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Fornell Lacker Criterion	97
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	98
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Composite Reliability	99
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinan	100
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai F Square	101
Tabel 4.18 Hasil Uji Q^2	102
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alokasi Persentasi Pendapatan Masyarakat Indonesia	5
Gambar 1.2 Data Penjualan 5 Merek Pembersih Wajah di E-commerce.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	56
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS 4.....	92
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS 4.....	94
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	128
Lampiran 3 Hasil Output PLS	149

