

**SKRIPSI**

**PENGARUH *EWOM*, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA PRODUK SKINTIFIC DI  
SHOPEE**

***THE EFFECT OF EWOM, BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON  
ONLINE PURCHASE INTENTIONS FOR SKINTIFIC PRODUCTS ON  
SHOPEE***



**Disusun Oleh:  
Anis Nurkholifah**

**20200410137**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Anis Nurkholifah

Nomor Mahasiswa : 20200410137

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “PENGARUH *EWOM*, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA PRODUK SKINTIFIC DI SHOPEE”, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Se jauh yang saya ketahui, tidak terdapat karya atau tulisan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang disebutkan secara tertulis dalam skripsi ini dan diterbitkan dalam Daftar Pustaka. Jika terbukti bahwa karya atau pendapat yang disebutkan dalam skripsi ini pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, saya bersedia untuk karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 04 Januari 2024



Anis Nurkholifah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Ungkapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Ibu sularsi, ibu saya. Berkat pengorbanan,dukungan dan doa saya bisa menyelesaikan kuliah dengan lancar sampai selesai dan menjadi sarjana. Terimakasih bu.
2. Bpk. Budiranto, Bapak saya. Terimakasih atas semua keringat yang diberikan pada keluarga terutama untuk anak tunggalmu ini. Terimakasih atas segala usaha, dukungan, pengorbanan, dan doamu.
3. Kakek dan nenek, terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan.
4. Saudara-saudara sepupuku, terimakasih sudah selalu memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabatku, Nabila,rina dan viona. Terimakasih sudah memberikan dukungan, semangat, doa dan menemani suka duka mengerjakan skripsi, sehingga saya dapat menyelesaikan dengan baik.
6. Semua teman di Yogyakarta. Terimakasih sudah memberikan masukan, semangat, dan saran dalam mengerjakan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang dengan rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh EWOM terhadap Niat Beli Online pada Produk Skintific di Shopee dengan Kepercayaan Merek dan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil, secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama menyelesaikan studi.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. yang

telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan baik, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan berbagai pengalaman kepada peneliti dengan penuh keikhlasan dan kesabaran selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.
4. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama dibangu perkuliahan.
5. Semua pihak yang memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, kebenaran selalu milik Allah SWT sementara kesalahan selalu dari hamba-Nya, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 20 Desember 2023



Anis Nurkholifah

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
INTISARI.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis .....	20
D. Model Penelitian.....	27
BAB III .....	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	29
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	29

C.	Jenis Data .....	31
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	31
E.	Definisi Operasional Penelitian.....	32
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	35
1.	Uji Validitas .....	35
2.	Uji Reliabilitas.....	36
G.	Analisis data dan Uji hipotesis .....	37
BAB IV	.....	44
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	.....	44
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
B.	Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	45
C.	Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	47
1.	Uji Validitas .....	47
2.	Uji Reliabilitas.....	48
D.	Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	49
E.	Pembahasan.....	72
BAB V	.....	79
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN & SARAN	.....	79
A.	Simpulan.....	79
C.	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	.....	83
LAMPIRAN	.....	88

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan Tahun 2014-2027 di Indonesia .....	1
<b>Gambar 1. 2</b> Data Pengunjung <i>e-commerce</i> Kuartal IV Tahun 2023 .....	3
<b>Gambar 1. 3</b> <i>Top Brand</i> Perawatan Wajah Terlaris di Indonesia.....	4
<b>Gambar 2. 1</b> Model Penelitian .....	27
<b>Gambar 4. 1</b> Diagram Jalur .....	55
<b>Gambar 4. 2</b> Persamaan Struktural .....	55



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>15</b>
<b>Tabel 3. 1 Skala Likert .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 3. 2 Operasional Variabel Eksogen.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3. 3 Operasional Variabel Mediasi.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3. 4 Operasional Variabel Endogen.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3. 5 Kategori Jawaban Responden.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 3. 6 <i>Goodness Of Fit</i>.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 1 Data Profil Responden .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 2 Uji Validitas .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif E-WOM .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Kepercayaan Merek .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Citra Merek .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Niat Beli Online.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 9 Identifikasi Ouliers.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 10 Identifikasi Model .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 11 <i>Goodness Of Fit</i>.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Penelitian Pengaruh Langsung .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4. 13 <i>Standardized Direct Effects Mediasi 1</i> .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 14 <i>Standardized Indirect Effects Mediasi 1</i>.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 15 <i>Standardized Direct Effect Mediasi 2</i> .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 16 <i>Standardized Indirect Effect Mediasi 2</i> .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 17 Hasil Penelitian Tidak Langsung.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Data Tabulasi .....	92
Lampiran 3 Profil Responden.....	97
Lampiran 4 Uji Validitas.....	98
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	99
Lampiran 6 Analisis Deskriptif .....	99
Lampiran 7 Diagram Jalur .....	101
Lampiran 8 Persamaan Struktural .....	101
Lampiran 9 Uji Normalitas Data.....	101
Lampiran 10 Identifikasi Outliers.....	102
Lampiran 11 Identifikasi Model .....	105
Lampiran 12 Goodness of Fit.....	106
Lampiran 13 Pengaruh Langsung.....	106
Lampiran 14 Pengaruh Tidak Langsung.....	107
Lampiran 15 Hasil Turnitin.....	110