

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC DI SHOPEE**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



SALMA MAYVIANA ZAHRANI

NIM : 2161201151

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan
Online Customer Experience Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Skintific Di Shopee


Nama : Salma Mayviana Zahrani

NIM : 2161201151

Prodi/Konsentrasi : SI Manajemen / Manajemen Pemasaran

Telah diujikan pada tanggal 16 September 2025 di hadapan Tim Penguji Sidang Skripsi dan dinyatakan Lulus

Pembimbing,



Ir. Ambardi, M.Si.
NIDN : 0311066407

Penguji,



Husnayetti, S.E., M.M.
NIDN : 0303036702

Ketua Program Studi Manajemen



Ayi Muhyidin, S.E., M.M.
NIDN : 0304019004

Wakil Rektor I Bidang Akademik



Dr. Eng., Saiful Anwar, S.E., Ak., M.Si., CA.
NIDN : 0319047704

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Dan *Online Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Shopee” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Jika di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 31 Oktober 2025

A handwritten signature in black ink is written over a circular official stamp. The stamp contains the text 'REPLIKASI KUPON', 'METERAI', 'PENGAPIL', and 'C.01FAN/14903186'.

Salma Mayviana Zahrani

NIM : 2161201151

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kebahagiaan, saya persembahkan karya tulis ini kepada orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Tanpa dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada henti dari Bapak dan Bunda, saya tidak akan mampu menyelesaikan karya ini dengan baik. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah Bapak dan Bunda berikan, baik dalam bentuk waktu, tenaga, maupun materi. Ketulusan dan kesabaran Bapak dan Bunda menjadi motivasi terbesar bagi saya untuk terus berjuang dan tidak mudah menyerah menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.

Semoga karya ini dapat menjadi wujud rasa terima kasih saya atas segala bimbingan dan cinta yang telah diberikan. Saya berharap karya ini juga dapat membanggakan dan memberikan kebahagiaan bagi Bapak dan Bunda, sebagai bentuk penghargaan atas segala pengorbanan yang telah dilakukan. Akhir kata, saya memohon doa dan restu agar karya ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi saya pribadi, tetapi juga bagi orang lain yang membacanya. Terima kasih, Bapak dan Bunda, atas segala cinta dan dukungan yang tak ternilai harganya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) dan *Online Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee" ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Penulisan Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen dalam Program Studi Manajemen di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

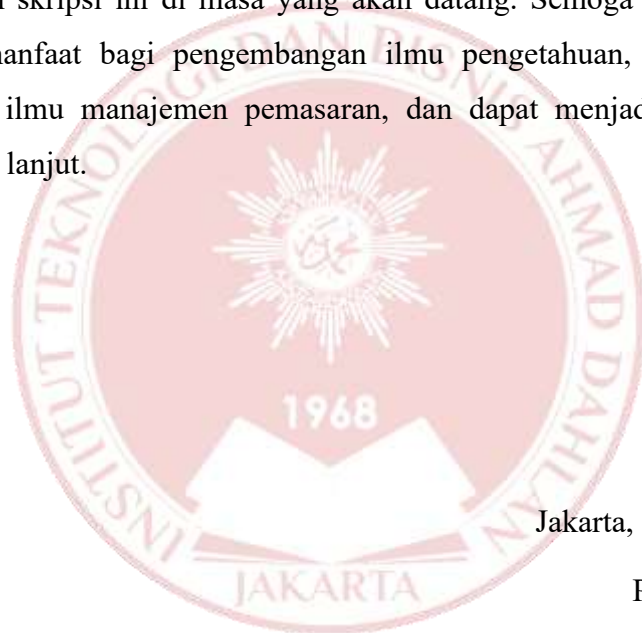
1. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT. Atas kasih, perlindungan, dan kekuatan yang diberikan-Nya, penulis dapat melalui proses panjang ini dengan langkah yang lebih teguh. Ada saat-saat di mana penulis hampir menyerah, namun keyakinan kepada pertolongan Tuhan membuat penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas. Segala kemudahan dan kesempatan yang datang adalah anugerah yang tidak dapat diukur dengan kata-kata.
2. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta dan keluarga. Doa yang selalu dipanjatkan dalam diam, perhatian yang tidak pernah menuntut balasan, dan dukungan yang hadir setiap saat menjadi sumber kekuatan yang sangat berarti. Penulis menyadari bahwa setiap langkah dalam perjalanan ini berdiri di atas kasih, pengorbanan, dan kepercayaan yang keluarga berikan. Perhatian yang tulus, kesabaran yang tiada batas serta kepercayaan penuh yang keluarga tanamkan, menjadi sumber kekuatan utama yang membuat penulis pantang menyerah.

Sungguh, keberhasilan ini adalah cerminan dari cinta tanpa syarat, pengorbanan tak terhingga, dan keyakinan penuh yang orang tua dan keluarga curahkan. Terima kasih telah menjadi rumah tempat penulis selalu bisa kembali.

3. Bapak Ir. Ambardi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan komitmen telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat menghargai waktu, tenaga, serta dedikasi yang telah beliau curahkan dalam mendampingi proses ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Husnayetti, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan evaluasi, kritik membangun, serta saran-saran berharga telah memperkaya kualitas dan kedalaman pembahasan penelitian ini.
5. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Mata Kuliah Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pengalaman belajar selama masa perkuliahan. Pengalaman belajar yang penulis peroleh melalui proses pembelajaran, diskusi, dan evaluasi selama mengikuti perkuliahan menjadi bekal yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada sahabat – sahabat seperjuangan yang selalu hadir memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap diskusi, bantuan, dan kebersamaan yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Dukungan kalian, baik dalam bentuk kata-kata penyemangat maupun kehadiran di saat-saat sulit, telah menjadi bagian penting yang menguatkan penulis untuk terus melangkah hingga tahap akhir.
7. Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seseorang yang penulis cintai, yang telah menunjukkan dukungan, perhatian, dan doa yang tulus dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini. Kesiediaan untuk mendengarkan keluh kesah telah menjadi energi yang tak ternilai harganya. Terima kasih atas kelapangan hati, kesabaran, dan dorongan semangat yang tak pernah surut di tengah masa-masa penuh tantangan.

8. Salma Mayviana Zahrani, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai di titik ini. Terima kasih atas ketekunan dan komitmen yang telah membawa skripsi ini hingga selesai. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran, dan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut.



Jakarta, 31 Oktober 2025

Penulis,

Salma Mayviana Zahrani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat/Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Digital Marketing	10
2.1.3 Teori <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R)</i>	11
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	14
2.1.5 <i>Online Customer Experience</i>	18
2.1.6 Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	23
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Obyek Dan Waktu Penelitian	29

3.3	Variabel Penelitian.....	30
3.4	Operasionalisasi Variabel	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	32
	3.5.1 Data Primer	32
	3.5.2 Data Sekunder	34
3.6	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
	3.7.1 Analisis Deskriptif	37
	3.7.2 Uji Instrumen	37
	3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
	3.7.4 Uji Hipotesis	41
	3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	42
	3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
	4.1.1 Sejarah singkat Skintific	44
4.2	Deskripsi Data.....	45
	4.2.1 Karakteristik Responden	46
	4.2.2 Distribusi Frekuensi	49
4.3	Analisis dan Interpretasi Hasil	59
	4.3.1 Analisis Deskriptif	59
	4.3.2 Uji Instrumen	62
	4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
	4.3.4 Uji Hipotesis	68
	4.3.5 Analisis Regresi Berganda	71
	4.3.6 Uji Koefisien Determinasi R^2	73
4.4	Pembahasan.....	74
	4.4.1 Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian.....	74
	4.4.2 Pengaruh OCE terhadap Keputusan Pembelian.....	76
	4.4.3 Pengaruh <i>E-WOM</i> dan <i>OCE</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan	83

5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN – LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Terlaris	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	23
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah membaca atau melihat ulasan (E-WOM) sebelum melakukan pembelian	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	48
Tabel 4. 5 Frekuensi Kategori Respons	49
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi responden variabel <i>E-WOM</i> (X^1).....	50
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden Variabel <i>OCE</i> (X^2).....	53
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	56
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> (X^1)	59
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Online Customer Experience (OCE)</i> (X^2)	60
Tabel 4. 11 Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> (X^1).....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Experience (X²)</i>	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji Spearman	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji f.....	70
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 <i>Flowchart Market Share Skintific</i>	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3. 1 Rank Spearman	40
Gambar 3. 2 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)	43
Gambar 4. 1 Grafik P-P Plots	65
Gambar 4. 2 Pola Heteroskedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis	91
Lampiran 2. Surat Tugas Dosen Pembimbing Skripsi	92
Lampiran 3. Surat Permohonan Riset	93
Lampiran 4. Lembar Bimbingan Skripsi.....	94
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 6. Tabulasi Data.....	99
Lampiran 7. Frekuensi Karakteristik Responden.....	104
Lampiran 8. Hasil Uji Instrumen	105
Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis.....	110
Lampiran 11. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	111
Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	111

