PENGARUH *BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK,* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM)* TERHADAP *KEPUTUSAN PEMBELIAN* DENGAN *KEPERCAYAAN KONSUMEN* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Empiris pada produk OMG *Cosmetics* di Kota Madiun)

SKRIPSI

OLEH:

VARA FEBRIAN PURNOMO PUTRI

NIM. 2203102200

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Empiris pada produk OMG Cosmetics di Kota Madiun)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu Persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Srata 1 Manajemen

Oleh :

VARA FEBRIAN PURNOMO PUTRI

NIM : 2203102200

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2026

LEMBAR PERSETUJAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Vara Febrian Purnomo Putri telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 16 Juli 2026
Pembimbing I

Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

Madiun, 16 Juli 2026
pembimbing II

Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Vara Febrian Purnomo Putri ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 23 Juli 2026.

Panitia Penguji,

Dr. Apriyanti, S.E., M.M. — Ketua
NIDN. 0704047305

Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M. — Sekretaris
NIDN. 0724128802

Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0728047704

Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0727107503

Hendra Setiawan, S.E., M.M. — Anggota
NIDN. 0702089403

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vara Febrian Purnomo Putri

NIM : 2203102200

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Vara Febrian Purnomo Putri

NIM. 2203102200

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

Karya ini merupakan wujud rasa syukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, dukungan, pengorbanan, serta kepercayaan kepada saya. Berkat doa, cinta, dan semangat dari kalian, saya dapat sampai pada titik ini dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada keluarga, dosen pembimbing, sahabat, teman-teman, dan semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama perjalanan ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **" Pengaruh *Brand Image,* Kualitas Produk, dan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada Produk OMG *Cosmetics* di Kota Madiun)"** ini dengan baik.

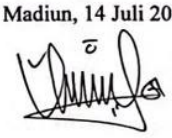
Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Penulis meyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat selesai dengan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., Selaku Rektor Univeristas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A., CPA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM Selaku Kaprodi Manajemen Univeristas PGRI Madiun.
4. Bapak Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan juga kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Ibu Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan juga kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan agar bermanfaat di kemudian hari.
7. Bapak Purnomo dan Ibu Rini Astuti selaku orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, serta doa yang tiada henti kepada penulis, sehingga penulis dapat diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menjalani perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Untuk teman-teman tercinta Naswa, Nabila, Resyviona, Anis, Lintang, Fitri, Tika, Alifah, dan Okta yang selalu hadir membantu, menemani dalam setiap proses, memberikan dukungan, semangat. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa dan perjuangan hingga penulis mampu menyelesaikan dalam menjalani perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
9. Untuk seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, penulis mengucapkan terima kasih karena sudah menjadi bagian dalam proses penulisan skripsi. Berkontribusi banyak dalam penulisan, baik tenaga, waktu, pemikiran, dan materi. Telah menjadi rumah, pendamping di segala hal, yang menemani, mendukung, menghibur, memberikan semangat.

10. Untuk manusia yang selalu meragukan dirinya sendiri, yaitu saya sendiri Vara Febrian Purnomo Putri, terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih sudah berjuang.

Madiun, 14 Juli 2026



Vara Febrian Purnomo Putri
NIM. 2203102200

DAFTAR ISI

HALAMAN
JUDUL.....1
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....**Error! Bookmark not defined.**
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN 5
KATA PENGANTAR 6
ABSTRAK 8
ABSTRACT 16
DAFTAR ISI 9
DAFTAR TABEL 11
DAFTAR GAMBAR 13
DAFTAR LAMPIRAN 14
BAB I PENDAHULUAN 15
A. Latar Belakang Masalah 17
B. Batasan Masalah 32
C. Rumusan Masalah 32
D. Tujuan Penelitian 34
E. Manfaat Penelitian 35
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 38
A. Kajian Pustaka 38
1. Grand Theory 38
2. Kepercayaan Konsumen 45
3. Brand Image 50
4. Kualitas Produk 54
5. Electronic Word of Mouth (e-WOM) 57
B. Penelitian Terdahulu 60
C. Kerangka Berpikir 69
D. Pengembangan Hipotesis 70
BAB III METODE PENELITIAN 78
A.Tempat dan Waktu Penelitian 78

B. Jadwal Penelitian 78
C. Desain Penelitian 79
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 81
E.Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 84
F. Teknik Pengumpulan Data 88
G. Instrumen Penelitian 89
H. Teknik Analisis Data 90
I. Analisis Data 93
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 99
A. Gambar Umum Objek Penelitian 99
B. Deskripsi Data 100
C. Hasil Analisis Data 113
D. Pembahasan Hasil Penelitian 138
BAB V PENUTUP 168
A. Kesimpulan 168
B. Implikasi 170
C. Keterbatasan 171
D. Saran 172
DAFTAR PUSTAKA 174
LAMPIRAN 180

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 60
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian 79
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian 85
Tabel 3. 3 Kategori Jawaban Skala Likert 90
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 101
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 102
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 103
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 104
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 106
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 107
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel *Brand Image* (X1) 108
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2) 109
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel *Electronic Word of Mouth* / e-WOM (X3) 110
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) 111
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen / *Consumer Trust* (Z) 112
Tabel 4. 12 Outer Loading Tahap 1 114
Tabel 4. 13 Outer Loading Tahap 2 116
Tabel 4. 14 Average Variance Extracted (AVE) 117
Tabel 4. 15 Fornell-Larcker Criterion 118
Tabel 4. 16 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) 119
Tabel 4. 17 Cross Loading 120
Tabel 4. 18 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability 122
Tabel 4. 19 Nilai VIF Inner Model (Antar Indikator) 123
Tabel 4. 20 Nilai VIF Outer Model (Antar Konstruk Prediktor) 125
Tabel 4. 21 Nilai R-Square 126
Tabel 4. 22 Nilai F-Square 127
Tabel 4. 23 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) 129
Tabel 4. 24 Perhitungan Goodness of Fit (GoF) 130

Tabel 4. 25 *Path coefficient*s (Pengaruh Langsung) 131
Tabel 4. 26 Specific Indirect Effect (Pengujian Mediasi)..... 134
Tabel 4. 27 Perhitungan Variance Accounted For (VAF) 136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia 17
Gambar 1. 2 Top 8 Lip *Cosmetic* 2023 18
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan 10 Peringkat Merek Kosmetik Terbesar di *e-commerce* 19
Gambar 2. 1 Theory of Reasoned Action variables on intentions 40
Gambar 2. 2 Theory of Planned Behavior 42
Gambar 2. 3 Kerangka Berfikir 70
Gambar 3. 1 Proses Desain Penelitian Kuantitatif 81
Gambar 4. 1 Hasil Outer Loading Tahap I 114
Gambar 4. 2 Hasil Outer Loading Tahap 2 116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 2. Identitas Responden.....**Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden 187
Lampiran 4. Hasil Olah Data 215