

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *HAND & BODY* NIVEA DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

MESI RUTH ANDRIANI BR PURBA

NIM: 2110412220003



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOISIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *HAND & BODY NIVEA* DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Mesi Ruth Andriani Br Purba
NIM : 2110412220003
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Irwansyah, S. Sos., M. Si [.....]
NIP.197104201999031001
- b. Penguji I
Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA [.....]
NIP.195608081984031002
- c. Penguji II
M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM [.....]
NIP.197604142001121003

Banjarmasin, 13 Mei 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 5624/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara :

1. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
2. Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA.
3. Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM.

Untuk menguji Seminar Proposal mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Mesi Ruth Andriani Br Purba
NIM : 2110412220003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *Hand & Body Nivea* Di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 6 Oktober 2025
J a m : 14.00 Wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Seminar Proposal II

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 2 Oktober 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 7 bulan Januari tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 0031/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 2 Januari 2026 untuk menguji skripsi :

Nama	: Mesi Ruth Andriani Br Purba
NIM	: 2110412220003
Jurusan/Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada konsumen Hand & Body Nivea di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian	: Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian	: 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai	: 80,6 (A)
Dinyatakan	: Lulus / Tidak Lulus

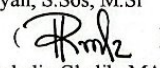
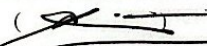
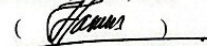
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 7 Januari 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Mesi Ruth Andriani Br Purba

1. Ketua : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
()
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :
an Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,




Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *Hand & Body Nivea* di Kota Banjarmasin”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa Proposal Skripsi dapat diselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral dan material dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., Msi selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA dan Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk penyempurnaan proposal skripsi ini.

5. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang terkasih, selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat penulis baik secara moral dan materil.
6. Sahabat dan teman penulis yang selalu memberikan ruang untuk berkeluh kesah dan semangat yang selalu diberikan.
7. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk penyempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 06 Januari 2026
Penulis,

Mesi Ruth Andriani Br Purba
NIM. 2110412220003

PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan karunia-Nya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Persembahan ini kutawarkan kepada orang tua serta kakak dan adik-adik saya tercinta yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya atas setiap proses yang saya lewati, dosen pembimbing yang sabar dalam membimbing saya.

Dan saya juga mempersembahkan untuk semua orang yang mengambil peran disetiap berjalannya selama perkuliahan sampai pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih kepada teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi, menjadi tempat untuk saya bertukar pikiran dan berkeluh kesah. Terimakasih kepada kekasih saya yang selalu mendukung saya dan memberikan saya semangat untuk terus mempertanggungjawabkan apa yang sudah saya mulai.

Saya juga sangat berterimakasih tentunya kepada diri saya sendiri untuk segala usaha yang tidak mudah dan mampu bertahan sampai didetik ini. Semoga ini menjadi langkah awal yang baik dan dapat berguna untuk orang di sekeliling saya.

“Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh.

Bersandar, hibahkan bebanmu”

(Perunggu – 33x)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 06 Januari 2026

Mesi Ruth Andriani Br Purba
NIM. 2110412220003

ABSTRAK

Mesi Ruth Andriani Br Purba, 2110412220003, 2025. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen *Hand & Body Nivea* di Kota Banjarmasin. Dibimbing: Irwansyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan variabel *Electronic Word Of Mouth* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen *Hand & Body Nivea* di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang telah melakukan pembelian pada produk *Hand & Body Nivea* di Kota Banjarmasin. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, *Online Customer Review* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan *Electronic Word Of Mouth* dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen *Hand & Body Nivea* di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Mesi Ruth Andriani Br Purba, 2110412220003, 2025. The Influence of Electronic Word of Mouth and Online Customer Reviews on Purchase Decisions of Hand & Body Nivea Consumers in Banjarmasin City. Supervised by: Irwansyah.

This research aims to identify and examine the partial and simultaneous significant effects of the variables Electronic Word of Mouth and Online Customer Reviews on Purchase Decisions of Hand & Body Nivea consumers in Banjarmasin City.

This research employs a quantitative approach and was conducted in Banjarmasin City. The sample consisted of 100 respondents who had purchased Hand & Body Nivea products in Banjarmasin City. The respondents were selected using a questionnaire as the data collection technique. The data were analyzed using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that Electronic Word of Mouth has a significant partial effect on Purchase Decisions, and Online Customer Reviews also have a significant partial effect on Purchase Decisions. Simultaneously, Electronic Word of Mouth and Online Customer Reviews have a significant effect on Purchase Decisions of Hand & Body Nivea consumers in Banjarmasin City.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Online Customer Reviews, Purchase Decisions*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT TUGAS	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.1.1 Definisi Pemasaran	17
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	20
2.1.1.4 <i>Digital Marketing</i>	22
2.1.1.5 <i>E-Commerce</i>	22
2.1.2 Keputusan Pembelian	23
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	23
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.1.2.3 Proses Keputusan Pembelian	27
2.1.3 Perilaku Konsumen	31
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	32
2.1.4.1 Definisi <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	32
2.1.4.3 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	35
2.1.5 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	35
2.1.5.1 Definisi <i>Online Customer Review (OCR)</i>	35

2.1.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review (OCR)</i>	38
2.1.5.4 Indikator <i>Online Customer Review (OCR)</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	45
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	45
2.3.2 Model Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.2 Desain Penelitian.....	50
3.3 Lokasi Penelitian.....	51
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Besar Sampel.....	51
3.4.3 Teknik Sampel.....	53
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	53
3.5.1 Variabel Independen.....	53
3.5.1.1 <i>Electronic Word Of mouth (X₁)</i>	53
3.5.1.2 <i>Online Customer Review (X₂)</i>	54
3.5.2 Variabel Dependen.....	55
3.5.2.1 Keputusan Pembelian (Y).....	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.1 Data Primer.....	61
3.6.2 Data Sekunder.....	61
3.7 Teknik Analisis Data.....	61
3.7.1 Skala Pengukuran.....	61
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	62
3.7.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	63
3.7.3.1 Uji Validitas.....	63
3.7.3.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	64
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas.....	64
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	65
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.7.6 Alat Uji Hipotesis.....	66
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	66
3.7.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	68
3.1 Profil Responden.....	68
3.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
3.1.2 Berdasarkan Usia Responden.....	69
3.1.3 Berdasarkan Domisili.....	70
4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	70
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth (X₁)</i>	71

4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	73
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.1 Uji Validitas.....	79
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	81
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	82
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	88
4.6.1 Uji t (Parsial).....	88
4.6.2 Uji F (Simultan).....	91
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	91
BAB V PEMBAHASAN HASIL	94
5.1 Pembahasan	94
5.1.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen <i>Hand & Body Nivea</i> di Kota Banjarmasin.....	94
5.1.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen <i>Hand & Body Nivea</i> di Kota Banjarmasin Kota Banjarmasin.....	96
5.1.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X1) dan <i>Online Customer Review</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Konsumen <i>Hand & Body Nivea</i> di Kota Banjarmasin	97
5.2 Implikasi Hasil.....	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	102
BAB VI PENUTUP	104
6.1 Kesimpulan.....	104
6.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	109
BIODATA.....	146

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 2	Data review, komentar, dan ulasan produk Hand & Body Nivea.....	11
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert.....	61
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	61
Tabel 3. 4	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	66
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	69
Tabel 4. 4	Jawaban Responden Butir Variabel Electronic Word of Mouth (X1).....	70
Tabel 4. 5	Jawaban Responden Butir Variabel Online Customer Review (X2).....	72
Tabel 4. 6	Jawaban Responden Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 9	Uji Kolmogorov Smirnov.....	83
Tabel 4. 10	Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4. 11	Uji Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4. 12	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t).....	88
Tabel 4. 13	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4. 14	Hasil Koefisien Determinasi R^2	90

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Grafik Pengguna Internet di Indonesia (2021-2025)	1
Gambar 1. 2	Perkembangan Jumlah Kunjungan Setiap Marketplace (2023-2025).2	
Gambar 1. 3	Data Top Brand Index Kategori Perawatan Kulit di Indonesia	4
Gambar 1. 4	Grafik Pendapatan Beiersdorf Tahun 2023-2025	5
Gambar 1. 5	Penjelasan Pengguna Hand & Body Lotion Nivea di Sosial Media...8	
Gambar 1. 6	Penjelasan Pengguna Hand & Body Lotion Nivea di Sosial Media...8	
Gambar 1. 7	Penjelasan Pengguna Hand & Body Lotion Nivea di Sosial Media...9	
Gambar 1. 8	Review dari pengguna hand & body lotion Nivea di shopee.....	13
Gambar 2. 1	Lima Indikator Dalam Proses Pembelian.....	27
Gambar 2. 2	Pola Pencarian Variabel.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
	Lampiran 1 Kuesioner.....	109
	Lampiran 2 Tabulasi Data.....	114
	Lampiran 3 Output SPSS Versi 26	124