

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN  
*E-LAYOUT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA PRODUK *SUNSCREEN*  
WARDAH DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

Robiathul Aulia

232811950

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Robiathul Aulia  
Nomor Induk Mahasiswa : 232811950  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*  
Dan *E-Layout* Terhadap Keputusan Pembelian  
Melalui *Customer Trust* Pada Produk *Sunscreen*  
Wardah Di Kota Bekasi

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Proram Studi Strata Satu Manajemen.

Bekasi, 20 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, SE.,MM

NIDN : 0309027801



Ir. Prillia Haliawan, MM., COAP

NIDN : 0430047303

## LEMBAR PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI

**Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Dan *E-Layout* Terhadap  
Keputusan Pembelian Melalui *Customer Trust* Pada Produk *Sunscreen*  
Wardah Di Kota Bekasi**

Oleh  
Robiathul Aulia  
232811950

### SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 27 Februari 2026

Ketua Tim Penguji



**Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom**

**NIDN : 0303045901**

Anggota Tim Penguji 1



**Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si**

**NIDN : 0325107402**

Anggota Tim Penguji 2



**Ir. Prillia Haliawan, MM., CQAP**

**NIDN : 0430047303**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 27 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



**Robiathul Aulia**

**NIM : 232811950**

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Robiathul Aulia

Nim : 232811950

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Dan *E-Layout* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Customer Trust* Pada Produk *Sunscreen Wardah* Di Kota Bekasi”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 27 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



**Robiathul Aulia**

**232811950**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Janganlah takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Dan jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua.”

(Buya Hamka)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa Syukur dan hormat kepada Ibu dan Bapak Saya, atas segala do'a, kasih sayang, motivasi, pengorbanan, nasihat, serta dukungan materiil yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.

Selanjutnya, skripsi ini saya persembahkan kepada Saudara - Saudara dan Almarhumah Nenek Saya yang senantiasa menemani dan memberikan semangat tanpa henti sehingga saya mampu melalui setiap tantangan dengan lebih kuat dan ikhlas.

Lalu, skripsi ini saya persembahkan untuk Diri Saya Sendiri sebagai bentuk pencapaian tertinggi selama masa perkuliahan, sekaligus pengingat untuk terus belajar, berkembang, dan memberikan kontribusi terbaik bagi keluarga, masyarakat dan ilmu pengetahuan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan *E-Layout* terhadap keputusan pembelian melalui *Customer Trust* pada produk *sunscreen* Wardah di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bekasi yang berjumlah 2.644.058 jiwa. Namun, jumlah pasti masyarakat yang pernah membeli produk *sunscreen* Wardah melalui platform Shopee tidak diketahui, sehingga penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria berdomisili di Kota Bekasi, berusia minimal 17 tahun, pengguna aktif Shopee, serta pernah melakukan pembelian produk *sunscreen* Wardah melalui Shopee minimal satu kali. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 100 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust* (T-Statistics 3,657 > 1,96; P-Values 0,000 < 0,05); (2) *E-Layout* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust* (T-Statistics 3,268 > 1,96; P-Values 0,001 < 0,05); (3) E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (T-Statistics 3,780 > 1,96; P-Values 0,000 < 0,05); (4) *E-Layout* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (T-Statistics 0,182 < 1,96; P-Values 0,855 > 0,05); (5) *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (T-Statistics 3,649 > 1,96; P-Values 0,000 < 0,05); (6) E-WOM berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Customer Trust* (T-Statistics 2,681 > 1,96; P-Values 0,007 < 0,05); dan (7) *E-Layout* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *Customer Trust* (T-Statistics 2,459 > 1,96; P-Values 0,014 < 0,05).

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *E-Layout*, *Customer Trust*, Keputusan Pembelian, *Sunscreen*, Shopee

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Electronic Layout (E-Layout) on purchase decisions through Customer Trust in Wardah sunscreen products in Bekasi City. This research employs a quantitative method with a survey approach. The population of this study consists of 2,644,058 residents of Bekasi City. However, since the exact number of consumers who have purchased Wardah sunscreen products through Shopee is unknown, the sample size was determined using the Lemeshow formula. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method, with criteria including residents of Bekasi City, at least 17 years old, active Shopee users, and having purchased Wardah sunscreen products through Shopee at least once. Based on these criteria, 100 respondents were obtained. The data used are primary data collected through questionnaires and analyzed using the SEM-PLS method. The results show that: (1) E-WOM has a positive and significant effect on Customer Trust (T-Statistics 3.657 > 1.96; P-Values 0.000 < 0.05); (2) E-Layout has a positive and significant effect on Customer Trust (T-Statistics 3.268 > 1.96; P-Values 0.001 < 0.05); (3) E-WOM has a positive and significant effect on purchase decisions (T-Statistics 3.780 > 1.96; P-Values 0.000 < 0.05); (4) E-Layout has no significant effect on purchase decisions (T-Statistics 0.182 < 1.96; P-Values 0.855 > 0.05); (5) Customer Trust has a positive and significant effect on purchase decisions (T-Statistics 3.649 > 1.96; P-Values 0.000 < 0.05); (6) E-WOM has a significant effect on purchase decisions through Customer Trust (T-Statistics 2.681 > 1.96; P-Values 0.007 < 0.05); and (7) E-Layout has a significant effect on purchase decisions through Customer Trust (T-Statistics 2.459 > 1.96; P-Values 0.014 < 0.05).*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth (E-WOM), E-Layout, Customer Trust, Purchase Decision, Sunscreen, Shopee*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Dan *E-Layout* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Customer Trust* Pada Produk *Sunscreen Wardah* Di Kota Bekasi**” ini tepat pada waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan memberikan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan skripsi.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom.
3. Bapak Ir. Prillia Haliawan, M.M., CQAP. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., M.M. Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
5. Ibu Rizky Oktavia, SE., MM. selaku dosen Dosen Penasihat Akademik yang memberikan arahan dan nasihat selama perkuliahan.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada saya selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti.
7. Kedua orang tua dan saudara saya yang telah mendukung, mendoakan serta menyayangi saya selama ini sehingga saya mendapatkan semangat yang sangat luar biasa untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman pejuang skripsi, Nanda, Rafa, Alfina, Erlin, Tina dan teman-teman kelas saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
9. Sahabat saya, Maulida, Jelita, Dewi dan Najwa yang selalu membantu dan mendukung saya dalam memberikan semangat, motivasi, serta hiburan di sela-sela proses mengerjakan skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan baik.
10. Diri Saya Sendiri karena mampu dan tetap semangat untuk menyelesaikan perjalanan akademik yang penuh tantangan serta telah menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti serta pembaca pada umumnya, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 27 Februari 2026

**Robiathul Aulia**

**NIM: 232811950**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Penelitian .....	8
1.4 Perumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penelitian.....	11

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	15
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	20
2.1.5 <i>Customer Trust</i> .....	24
2.1.6 <i>E-Layout</i> .....	25
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Penelitian .....	36
2.4 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian .....	45
3.1.1 Tujuan Penelitian .....	45
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	45
3.1.3 Strategi Penelitian .....	45
3.1.4 Unit Analisis .....	46
3.1.5 Keterlibatan Penelitian.....	46
3.1.6 Latar Penelitian .....	47
3.1.7 Waktu Pelaksanaan .....	47
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.2.1 Keputusan Pembelian .....	49
3.2.2 <i>Customer Trust</i> .....	51
3.2.3 <i>E-Layout</i> .....	53

3.2.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	55
3.3 Populasi dan Sampel .....	58
3.3.1 Populasi.....	58
3.3.2 Sampel .....	59
3.4 Sumber Data.....	60
3.4.1 Data Primer .....	60
3.4.2 Data Sekunder.....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.6 Teknik Analisis Data .....	62
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	62
3.6.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	63
3.6.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	65
3.6.4 Uji Hipotesis .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum.....	67
4.1.1 <i>Sunscreen Wardah</i> .....	67
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	70
4.2 Karakteristik Responden .....	71
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2 Berdasarkan Usia .....	72
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.2.4 Berdasarkan Pembelian.....	73
4.2.5 Berdasarkan Pendapatan .....	74
4.3 Hasil Penelitian .....	75
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	75

4.3.2 Hasil Analisis Data.....	87
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	95
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	98
4.4.1 Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) .....	98
4.4.2 Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penjualan <i>Sunscreen</i> Kuartal I 2024 .....	2
Gambar 1. 2 10 Brand <i>Sunscreen</i> Terlaris di Shopee.....	3
Gambar 1. 3 Tahapan Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	37
Gambar 4. 1 Logo Wardah Kosmetik.....	67
Gambar 4. 2 Uji Outer Model .....	87
Gambar 4. 3 Uji <i>Bootstrapping</i> .....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Variasi Produk <i>Sunscreen</i> Wardah.....	68
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pembelian.....	73
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	74
Tabel 4. 7 Kriteria Penilaian Variabel .....	75
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel E-WOM (X1).....	76
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Layout</i> (X2).....	79
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i> (Z).....	82
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4. 12 <i>Outer Loading</i> .....	88
Tabel 4. 13 Nilai <i>Average Variance Expected</i> (AVE).....	89
Tabel 4. 14 <i>Cross Loading</i> .....	90
Tabel 4. 15 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	92
Tabel 4. 16 Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	93
Tabel 4. 17 <i>R-Square</i> .....	94
Tabel 4. 18 <i>Path Coeficients, T-Values, P-Values</i> .....	96
Tabel 4. 19 <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	98

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data .....	119
Lampiran 2 Kuesioner.....	126
Lampiran 3 Daftar Sampel Responden .....	133
Lampiran 4 Data Jawaban Pernyataan Responden .....	138
Lampiran 5 Kartu Konsultasi Bimbingan .....	149
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	151
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi.....	152
Lampiran 8 Formulir Saran dan Perbaikan .....	153
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	154