

## ABSTRAK

**CHIKA ANDIENA VISIZIA, 20111008**

**HARGA, *E-WOM*, *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINTIFIC* ; *CUSTOMER- BASED BRAND EQUITY (CBBE)* SEBAGAI PEMEDIASI**

**Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024**

**Kata Kunci : Harga, E-WOM, Store Atmosphere, Keputusan Pembelian, Customer Based Brand Equity**

Dalam era digital saat ini, keputusan pembelian produk kosmetik seperti Skintific dipengaruhi oleh berbagai faktor selain produk itu sendiri. Harga yang kompetitif, ulasan online (*e-WOM*), dan atmosfer toko yang menarik memainkan peran penting. Harga yang sesuai dengan kualitas produk meningkatkan kepuasan konsumen, sementara *e-WOM* dan store atmosphere menciptakan pengalaman positif yang mendorong pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga, *E-WOM*, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Surabaya dengan Customer Based Brand Equity (*CBBE*) sebagai pemediasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proportionate simple* dengan teknik *random sampling* dan yang terpilih sebanyak 150 orang dengan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan *Skala Likert*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji model dan uji hipotesis menggunakan software Partial Least Squares Structural Equation (*PLS. SEM*). Dari tujuh hipotesis yang diusulkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Harga, E-WOM, Store Atmosphere*, dan *Customer- Based Brand Equity (CBBE)* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk Skintific di Surabaya dan *Customer- Based Brand Equity (CBBE)* mampu memediasi pengaruh *Harga, E-WOM, Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian produk Skintific di Surabaya. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pihak manajemen perusahaan Skintific agar dapat meningkatkan nilai dari variabel-variabel penelitian tersebut yang secara positif dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Harga, *E-Wom*, *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skintific* ; *Customer – Based Brand Equity* (CBBE) Sebagai Pemediasi” . Penulisan Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir kuliah yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya. Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gugus Wijonarko, MMT., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya;
2. Ibu Juli Prastyorini, S.Sos, MM, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati Surabaya;
3. Ibu Meyti Hanna Ester Kalangi, S.Sos, MM. Selaku dosen pembimbing , yang telah memberikan arahan dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.
4. Ibu Dan Bapak Dosen STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya yang sudah membimbing saya dan memberikan ilmu selama menempuh pendidikan.
5. Kepada orang tua saya yang selalu memberikan doa dan support terbaik hingga saat ini.

Semoga atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis, semua pihak yang terkait tersebut mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penyusun menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak akan sangat membantu. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya , 30 April 2024  
Penulis,

**Chika Andiena Visizia**  
**NIM 20111008**