

**PENGARUH LABEL *QR CODE* PRODUK *ORIGINAL*, LABEL BPOM,  
DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE*  
LOKAL**

**Nasriyatul Annisa**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label *QR code* produk *original*, label BPOM, dan *E-WOM* terhadap keputusan pembelian *skincare* lokal. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* berupa *purposive sampling* dengan jumlah responden 102 responden yang merupakan Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan serum *skincare* lokal. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarakan secara daring melalui *google form* dan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dengan program IBM SPSS *Statistic 26.0 for windows*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) label *QR code* produk *original* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* lokal, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,011 dengan nilai signifikansi sebesar 0,047; (2) label BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* lokal, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,809 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006; (3) *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *skincare* lokal, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,880 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000; (4) label *QR code* produk *original*, label BPOM, dan *E-WOM* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *skincare* lokal, ditunjukkan dengan nilai F hitung  $27,940 > 2,70$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Label QR Code Produk Original, Label BPOM, Electornic Word of Mouth (E-WOM), Keputusan Pembelian*

 20/11/23

# ***THE INFLUENCE OF ORIGINAL PRODUCT QR CODE LABELS, BPOM LABELS, AND E-WOM ON LOCAL SKINCARE PURCHASING DECISIONS***

***Nasriyatul Annisa***

## ***Abstract***

*This study aims to analyze the effect of original product QR code labels, BPOM labels, and E-WOM on local skincare purchasing decisions. The method used in sampling is non-probability sampling in the form of purposive sampling with a total of 102 respondents who are Yogyakarta Special Region Students who have purchased and used local skincare serums. Primary data collection was carried out using a questionnaire method that was distributed online through google form and has been tested for validity and reliability. The analysis in this study used multiple linear regression analysis method. Data processing with IBM SPSS Statistic 26.0 for windows program. The results of data analysis showed that: (1) the QR code label of the original product had an effect on local skincare purchasing decisions, indicated by a calculated t value of 2.011 with a significance value of 0.047; (2) BPOM label affects local skincare purchasing decisions, indicated by a calculated t value of 2.809 with a significance value of 0.006; (3) Electronic Word of Mouth (E-WOM) influences local skincare purchasing decisions, indicated by a calculated t value of 3.880 with a significance value of 0.000; (4) the original product QR code label, BPOM label, and E-WOM influence together on local skincare purchasing decisions, indicated by F calculated values of 27.940 > 2.70 with significance values of 0.000 < 0.05.*

***Keywords:*** *Original Product QR Code Label, BPOM Label, Electornic Word of Mouth (E-WOM), Purchase Decision*