

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT EMINA PADA TIKTOK SHOP  
(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
ALFI NADIA  
NIM : 112010275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT EMINA PADA TIKTOK SHOP  
(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
**ALFI NADIA**  
**NIM : 112010275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Alfi Nadia  
NIM : 112010275  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, *Online Customer Review* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Liptint Emina pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juli 2024  
Pembimbing,



Etty Zuliawati Zed, S.E., M.M.  
0416077402

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT EMINA PADA  
TIKTOK SHOP**

*(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi)*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Alfi Nadia

112010275

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,  
Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M.  
NIDN: 0423107203

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji,  
Dr. Suriyanti, S.E., M.M.  
NIDN: 0412046503

Tanda Tangan

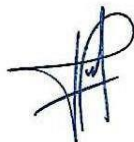


.....

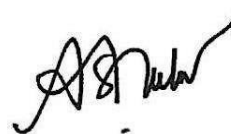
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

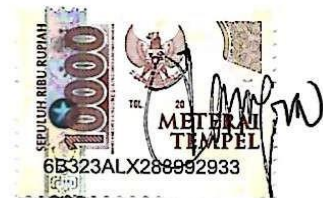
Nama : Alfi Nadia  
NIM : 112010275  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024  
Tanda Tangan



Alfi Nadia

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

”Apabila sesuatu yang dikerjakan dengan sungguh-sungguh, maka akan selesai pada waktunya”  
(Penulis)

Karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Ayah Acim Kamarudin dan Ibu Eti Sumiati tercinta yang selalu mendoakan serta selalu mendukung dalam keadaan apapun. Semoga sehat dan bahagia selalu.
2. Saudara kandungku, Amira Putri, Andra Pratama dan Audila Zahran selalu memberikan semangat untuk penulis.
3. Ibu Etty Zuliawati Zed, S.E.,M.M yang dengan sabar membimbing serta memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang banyak menginspirasi dan memberikan ilmu serta pengetahuannya untuk bekal di masa depan.
5. Untuk Mr. R terimakasih atas dukungan serta motivasi yang diberikan kepada penulis.
6. Teman seperjuangan Kiki, Silvia, Dian, Fauzi turut serta selalu berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.
7. Diri sendiri karena sudah berjuang dan mampu pengerjaan skripsi sejauh ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, *Online Customer Review* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian lipstick emina pada Tiktok Shop" (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi). Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, S.KM., M.M. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.
4. Ibu Etty Zuliawati Zed, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan, motivasi serta memberikan banyak kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E., M.M. dan Ibu Dr. Suriyanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.

6. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.
7. Orang tuaku tercinta, Acim Kamarudin dan Eti Sumiati yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan, mendukung serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Ya Rabbal'alamin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
9. Seluruh staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian tugas skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juli 2024

Penulis,

Alfi Nadia



## DAFTAR ISI

Halaman

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                          | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN KRIPSI.....</b>                                | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>                      | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                                   | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                       | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 7           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 8           |
| 1.5 Sistematika Penelitian .....                                     | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                  | <b>10</b>   |
| 2.1 Landasan Teori.....  | 10          |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian .....                                      | 10          |
| 2.1.1.1 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....           | 11          |
| 2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....                             | 13          |
| 2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....                           | 14          |
| 2.1.2 Kualitas Produk.....   | 15          |
| 2.1.2.1 Faktor Kualitas Produk .....                                 | 15          |
| 2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....                                 | 16          |
| 2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk.....                               | 17          |
| 2.1.3 <i>Online Customer Review</i> .....                            | 18          |
| 2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i> ..... | 18          |
| 2.1.3.2 Dimensi <i>Online Customer Review</i> .....                  | 19          |
| 2.1.3.3 Indikator <i>Online Customer Review</i> .....                | 19          |
| 2.1.4 Promosi.....   | 20          |
| 2.1.4.1 Faktor Promosi.....  | 21          |
| 2.1.4.2 Dimensi Promosi.....   | 22          |
| 2.1.4.3 Indikator Promosi.....                                       | 23          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....                           | 23          |
| 2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....                             | 28          |
| 2.3.1 Hipotesis .....  | 28          |
| 2.3.2 Model Penelitian .....   | 30          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                               | <b>33</b>   |
| 3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....                                | 33          |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1.1 Jenis Penelitian.....                                  | 33        |
| 3.1.2 Desain Penelitian.....                                 | 33        |
| 3.2 Tempat dan Waktu pelaksanaan.....                        | 35        |
| 3.3 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel ..... | 36        |
| 3.3.1 Definisi Operasional Variabel .....                    | 36        |
| 3.3.2 Skala Pengukuran Variabel .....                        | 40        |
| 3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....             | 41        |
| 3.5 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....          | 41        |
| 3.5.1 Jenis dan Sumber Data .....                            | 42        |
| 3.5.2 Metode Pengumpulan data.....                           | 42        |
| 3.6 Metode Analisa Data.....                                 | 43        |
| 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....                     | 43        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>          | <b>48</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                   | 48        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                   | 48        |
| 4.1.2 Deskripsi Responden .....                              | 48        |
| 4.1.2.1 Responden berdasarkan jenis kelamin.....             | 49        |
| 4.1.2.2 Responden berdasarkan jenis pekerjaan .....          | 49        |
| 4.1.2.3 Responden berdasarkan pendidikan .....               | 50        |
| 4.1.2.4 Responden berdasarkan usia .....                     | 50        |
| 4.1.2.5 Responden berdasarkan lama bekerja.....              | 51        |
| 4.1.3 Uji Kelayakan Data .....                               | 51        |
| 4.1.4 Hasil Uji Analisa Data .....                           | 61        |
| 4.1.5 Hasil Uji Hipotesa .....                               | 62        |
| 4.2 Pembahasan Hasil Hipotesis.....                          | 66        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                    | <b>72</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 72        |
| 5.2 Saran.....   | 73        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                  | <b>74</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  | <b>77</b> |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1. 1 Presentase Penjualan Produk Kecantikan Emina Tahun 2021 ..... | 2       |
| Tabel 1. 2 Data Penjualan Kosmetik Emina.....                            | 3       |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 23      |
| Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....                              | 36      |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....                           | 37      |
| Tabel 3. 3 Bobot Penilaian Skala Likert.....                             | 41      |
| Tabel 3. 4 Penilaian Evaluasi Inner Model .....                          | 45      |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin .....   | 49      |
| Tabel 4. 2 Jenis Pekerjaan .....   | 49      |
| Tabel 4. 3 Pendidikan.....   | 50      |
| Tabel 4. 4 Usia .....  | 50      |
| Tabel 4. 5 Lama Bekerja .....  | 51      |
| Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading Keputusan Pembelian.....                  | 53      |
| Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading Kualitas Produk.....                      | 54      |
| Tabel 4. 8 Hasil Outer Loading Online Customer Review .....              | 55      |
| Tabel 4. 9 Hasil Outer Loading Promosi.....                              | 56      |
| Tabel 4. 10 Cross Loading Variabel Kualitas Produk (X1).....             | 57      |
| Tabel 4. 11 Cross Loading Variabel Online Customer Review (X2).....      | 57      |
| Tabel 4. 12 Cross Loading Variabel Promosi (X3).....                     | 58      |
| Tabel 4. 13 Cross Loading Variabel Keputusan Pembelian (Y).....          | 58      |
| Tabel 4. 14 Uji Validitas konvergen.....                                 | 59      |
| Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas.....  | 59      |
| Tabel 4. 16 R-square Adjusted.....                                       | 61      |
| Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ ) .....               | 61      |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....                            | 63      |
| Tabel 4. 19 Tabel F 0,5.....   | 65      |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1. 1 Merek Kosmetik Lokal di Indonesia Tahun 2022 ..... | 2       |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian.....                              | 31      |
| Gambar 3. 1 Desain Penelitian .....                            | 34      |
| Gambar 4. 1 Produk Liptint Emina.....                          | 48      |
| Gambar 4. 2 Measurement Model (Outer Model).....               | 52      |
| Gambar 4. 3 Outer Bootstrapping (Inner Model) .....            | 63      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Lembar Kuesioner.....               | 77      |
| Lampiran 2. Tabulasi Hasil Data Responden ..... | 82      |
| Lampiran 3. Hasil Output SEM PLS .....          | 89      |
| Lampiran 4. Tabel F 0,05 .....                  | 94      |
| Lampiran 5. Mapping Penelitian Terdahulu.....   | 95      |
| Lampiran 6. Hasil Turnitin.....                 | 99      |

***The Influence Of Product Quality, Online Customer Reviews And Promotions  
On The Decision To Purchase Emina Liptint At The Tiktok Shop  
(Case Study of Tiktok Shop Users in Bekasi Regency)***

Alfi Nadia<sup>1)</sup>  
Etty Zuliawati Zed<sup>2)</sup>

***Abstract***

*Technology that is developing increasingly rapidly means that business actors continue to compete in marketing their products online through e-commerce such as tiktok shop. Data shows that Emina is included in a new category for the local cosmetics industry, successfully occupying second place in the Top Brand Award. This research aims to examine product quality, online customer reviews and promotions both simultaneously and partially on purchasing decisions among tiktok shop users in Bekasi District. The population used in this research were all customers who had purchased Emina liptint products in Bekasi Regency. The research method used was quantitative with a sample size of 100 TikTok shop users in Bekasi district. This population was taken using non-probability sampling and the respondent collection technique was purposive. This research was processed using regression techniques, where the processing used SmartPLS 4.0 software. The research results show that partially product quality has no effect on purchasing decisions, partially online customer reviews have an effect on purchasing decisions, partially promotions have an effect on purchasing decisions and product quality, online customer reviews and promotions simultaneously have an effect on purchasing decisions for Emina lip tint on Tiktok shop.*

*Keywords: Product Quality, Online Customer Reviews, Promotions, Purchasing Decisions*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT EMINA  
PADA TIKTOK SHOP  
(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Bekasi)**

Alfi Nadia<sup>1)</sup>  
Etty Zuliawati Zed<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Teknologi yang berkembang semakin pesat membuat para pelaku usaha terus bersaing dalam memasarkan produknya secara online melalui *e-commerce* seperti tiktok shop. Data menunjukkan emina masuk dalam kategori baru industri kosmetik lokal, berhasil menempati posisi kedua dalam Top Brand Award. Penelitian ini bertujuan untuk menguji terkait kualitas produk, *online customer review* dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada pengguna tiktok shop di Kabupaten Bekasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli produk liptint emina yang berada di Kabupaten Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 100 pengguna tiktok shop di kabupaten bekasi. Pengambilan populasi ini bersifat *non probability sampling* dan teknik pengambilan respondennya bersifat *purposive*. Penelitian ini diolah dengan menggunakan teknik regresi, dimana dalam pengolahannya menggunakan *Software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk, *online customer review* dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian liptint emina pada Tiktok shop.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Promosi, Keputusan Pembelian