

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS
PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW
PADA E- COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Di Wilayah Cikarang)**

SKRIPSI



OLEH :
ANNISA DAMAYANTI
NIM : 112010277

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

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS
PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW
PADA E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Di Wilayah Cikarang)**

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

SKRIPSI



OLEH :
ANNISA DAMAYANTI
NIM : 112010277

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

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Annisa Damayanti

NIM : 112010277

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Ms Glow Pada E-Commerce* (Studi Kasus Di Wilayah Cikarang)

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, 16 Agustus 2024

Pembimbing,



Edy Saptono, S.H.,M.B.A
NIDN: 0412118305

SKRIPSI

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS PRODUK
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE MS GLOW
PADA E- COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Di Wilayah Cikarang)**

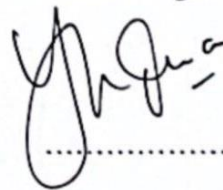
Dipersiapkan dan disusun oleh:
Annisa Damayanti
112010277

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

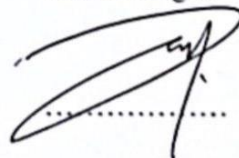
Ketua Penguji,
Indra Permana, S.Sos., M.M.
NIDN: 0424027803

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Riski Eko Ardianto, S.E., M.M.
NIDN: 0431079101

Tanda Tangan



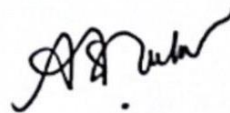
Ka. Prodi Manajemen



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Damayanti
NIM : 112010277
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen 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 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 perundang – undangan yang berlaku.

Bekasi, 16 Agustus 2024



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ketika aku Melibatkan Allah dalam semua rencana dan impianku, dengan penuh keikhlasan dan keyakinan, aku percaya tidak ada yang tidak mungkin untuk diraih”

“Kesuksesan dan Kebahagiaan terletak pada diri sendiri, Tetaplah berbahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan” (Hellen Keller)

“Kita harus berarti untuk diri kita sendiri terlebih dahulu, sebelum kita menjadi orang yang berharga bagi orang lain”
(Ralph Waldo Emerson)

Perbanyaklah rasa bersyukur, kurangilah rasa mengeluh, buka mata, perluas hati. Sadari bahwa kamu ada saat ini, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap moment dan process mu kelak akan ada pelangi yang Indah di masa depan.

Karya ini kupersembahkan buat:

1. Ayahanda Kuat Sudarso, Ibunda Meimunah serta Adik adikku dan orang – orang yang selalu mendoakan serta menginginkan yang terbaik untukku.
2. Bapak dan Ibu Guru/Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan laporan ini yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Ms Glow* pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus di Wilayah Cikarang)

Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sastra Satu Sarjana Management (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB). Penulis banyak mendapatkan pengetahuan dan pengalaman berharga yang tak ternilai. Kemudian dari hal-hal tersebut menjadi dasar dan bahan bagi saya dalam pembuatan Tugas Akhir/Skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dari berbagai Pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tinggi nya kepada yang terhormat :

1. Terima kasih Teruntuk Bapak Edy Saptono, S.H.,M.B.A selaku pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, dan memberikan masukan kepada peneliti.
2. Teruntuk Tim Penguji Bapak Indra Permana, S.Sos., M.M. dan Bapak Riski Eko Ardianto, S.E., M.M terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal, tema penelitian, hingga selesainya penelitian ini.
3. Teruntuk Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, S.E.,M.Sc selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa,
4. Terima kasih Teruntuk 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 moral maupun material kepada penulis.

5. Terima kasih Teruntuk Bapak Hamzah Mohammad MP, SKM, M.M.D.B.A selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Terima kasih Teruntuk Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan membagi Ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis.
7. **Terimakasih teruntuk Cinta Pertama dan Panutanku, Ayahanda Kuat Sudarso.** Beliau memang tidak menjalani perkuliahan sebelumnya, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai Sarjana. Dan beliau adalah orang yang ingin benar – benar melihat penulis menjadi Sarjana.
8. **Terimakasih teruntuk Pintu Surgaku, Ibunda Meimunah.** Terima kasih sebesar – besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran, dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat, mau merangkul penulis di kondisi apapun dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
9. **Terima kasih untuk Kedua adikku Dwi Nugroho dan Dimas Agung Triadi.** Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbulah menjadi versi paling hebat, Adik – adikku.
10. **Teruntuk Sahabat – sahabat tercinta,** terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan di masa – masa sulit penulis. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. *See you on top, guys!*
11. Teruntuk teman – teman angkatan 2024 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis akan selalu merindukan saat – saat diskusi bersama di masa perkuliahan.

12. Untuk diri saya sendiri, Annisa Damayanti atas kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir atau skripsi ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga ada diri saya sendiri!
Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih kuat dari hari ke hari.
13. Terakhir teruntuk Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, terima kasih yang sudah selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang. Aamiin.

Bekasi, 16 Agustus 2024
Penulis,

Annisa Damayanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Online Customer Review.....	21
2.1.3 Kualitas Produk.....	25
2.1.4 Pengertian Brand Image.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	30
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	38
2.3.1 Hipotesis	38
2.3.2 Model Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian Dan Desain Penelitian	44
3.1.1 Jenis Penelitian	44
3.1.2 Desain Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	46
3.2.1 Definisi Variabel.....	46
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	47
3.2.3 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	49
3.3 Populasi Teknik Dan Pengumpulan Sampel	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel	50
3.4 Jenis, Sumber, Dan Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1 Jenis Dan Sumber Data.....	51
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5 Teknik Analisa Data	53

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	54
3.5.2 Analisis Data	55
3.6 Uji Asumsi Klasik	55
3.6.1 Uji Normalitas.....	56
3.6.2 Uji Multikolinieritas	56
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	56
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.7 Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Sejarah Objek PT. Kosmetik Global Indonesia (PT. Kosme)	59
4.1.1 MS Glow Beauty Aesthetic Clinic.....	60
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan MS Glow	61
4.1.3 Produk MS Glow	62
4.1.4 Deskripsi Data.....	62
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Karakteristik Responden.....	63
4.2.2 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	65
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	72
4.2.5 Uji Hipotesis	73
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	76
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.3.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian ...	76
4.3.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Brand Lokal Skincare Terlaris di Indonesia	2
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Agenda Penelitian	50
Tabel 3. 3 Skala.....	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Online Customer Review (X1)	65
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Brand Image (X3)	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel.....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji T	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Top 5 Brand Kosmetik Terlaris.....	3
Gambar 1. 2 Data Penjualan MS Glow Pada Tahun 2022.....	4
Gambar 1. 3 Customer Review Pembelian MS Glow di E-Commerce Shopee	5
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	43
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Logo MS Glow.....	61
Gambar 4. 2 Hasil Uji Histogram	69
Gambar 4. 3 Hasil Uji P-Plot Regression	70
Gambar 4. 4 Scatterplot.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Data Responden.....	86
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	90
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	108
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	110
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	112
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	112
Lampiran 9 Penelitian Terdahulu Relevan.....	113

***The Influence Of Online Customer Reviews, Product Quality And Brand Image
On The Purchase Decision Of Ms Glow Skincare Products On The Shopee E-
Commerce In Cikarang***

Annisa Damayanti¹
Edy Saptano²

Abstract

The purpose of this study is to look at the influence of online customer reviews, product quality, and brand image on purchase decisions. The method used in this study is a quantitative method, where in this study using Purposive Sampling calculations with the Roscoe formula. The population in this study is people in the Cikarang Region who have bought MS Glow Skincare products with a sample of 170 respondents. Based on the results of the test using the t-test showed that online customer reviews, product quality and brand image partially had a positive and significant effect on purchase decisions, the results of the determination coefficient test on the Adjusted R Square variables online customer review, product quality, and brand image were able to explain the magnitude of these three variables on purchase decisions by 65.9% while the remaining 34.1% were influenced by other factors.

Keywords: Online Customer Review, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KUALITAS PRODUK
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE MS GLOW PADA E- COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Di Wilayah Cikarang)**

Annisa Damayanti¹
Edy Saptono²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh online customer review, kualitas produk, dan brand image terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus Roscoe. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Wilayah Cikarang yang pernah membeli produk Skincare MS Glow dengan sampel 170 responden. Untuk pengumpulan data meliputi observasi, penyebaran kuesioner, dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan yaitu Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji t menunjukkan bahwa online customer review, kualitas produk dan brand image secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil pengujian koefisien determinasi pada Adjusted R Square variabel online customer review, kualitas produk, dan brand image mampu menjelaskan besarnya ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian sebesar 65,9 % sedangkan 34,1 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Online Customer Review, Kualitas Produk, Brand Image, Keputusan Pembelian