

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EMINA DI TOKO ONLINE PADA *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA**

(Survei Pada Masyarakat Kecamatan Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

SALSA SILVANA

20200510246



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI TOKO ONLINE PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Survei Pada Masyarakat Kecamatan Kuningan)**

Disusun Oleh :

SALSA SILVANA
20200510246

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

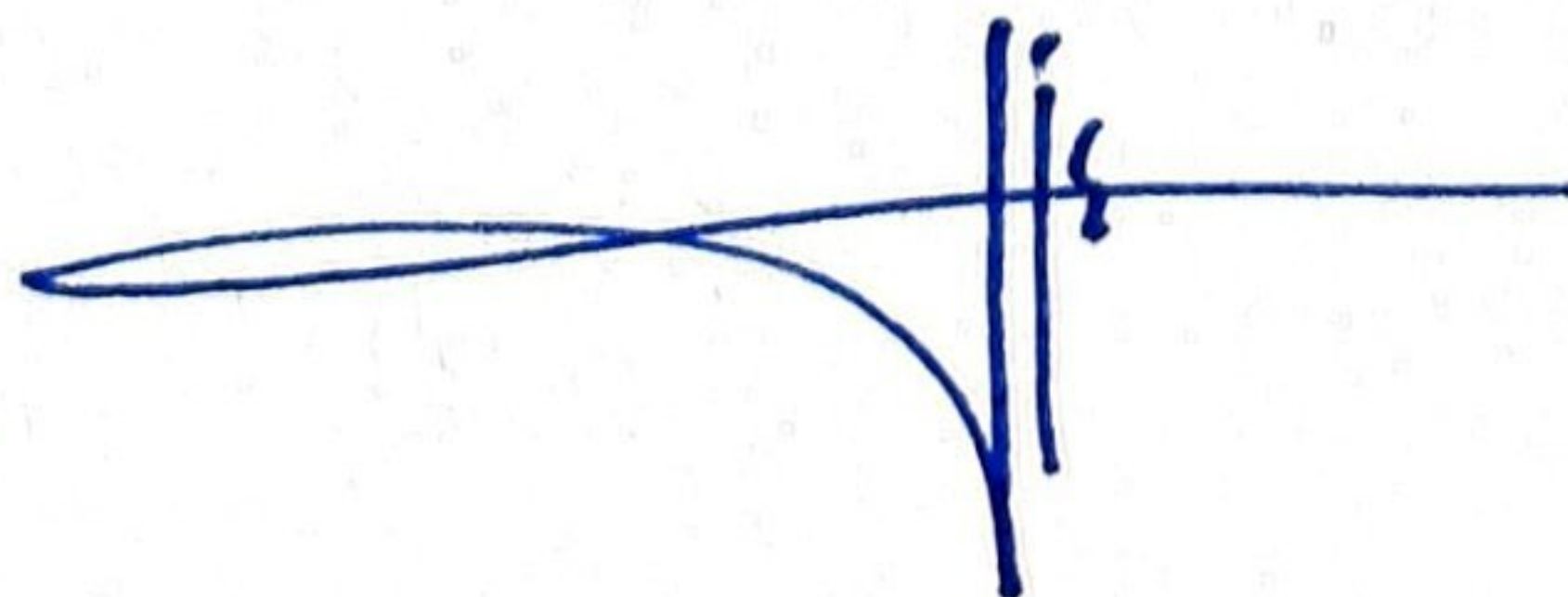
Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



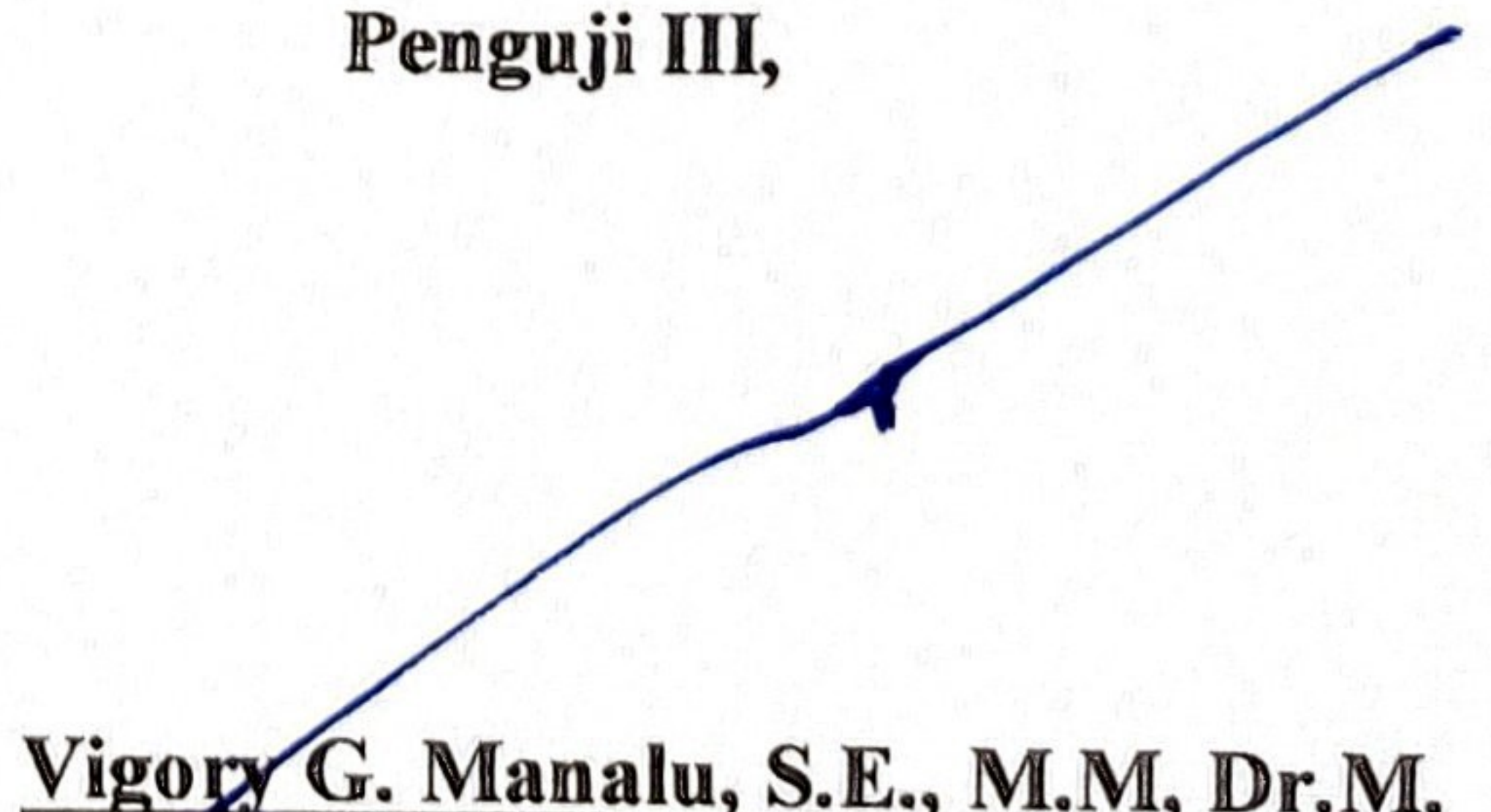
Prof. Dr. H. Disman, MS
NIP. 195902091984121001

Penguji II,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji III,



Vigory G. Manalu, S.E., M.M, Dr.M.
NIK. 410108920219

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI TOKO ONLINE PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Survei Pada Masyarakat Kecamatan Kuningan)**

Disusun Oleh :

SALSA SILVANA
20200510246

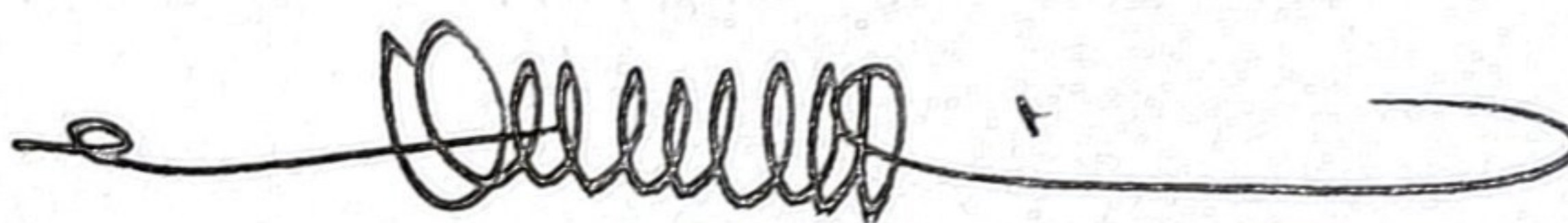
Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 14 Juni 2024

Disetujui oleh pembimbing :

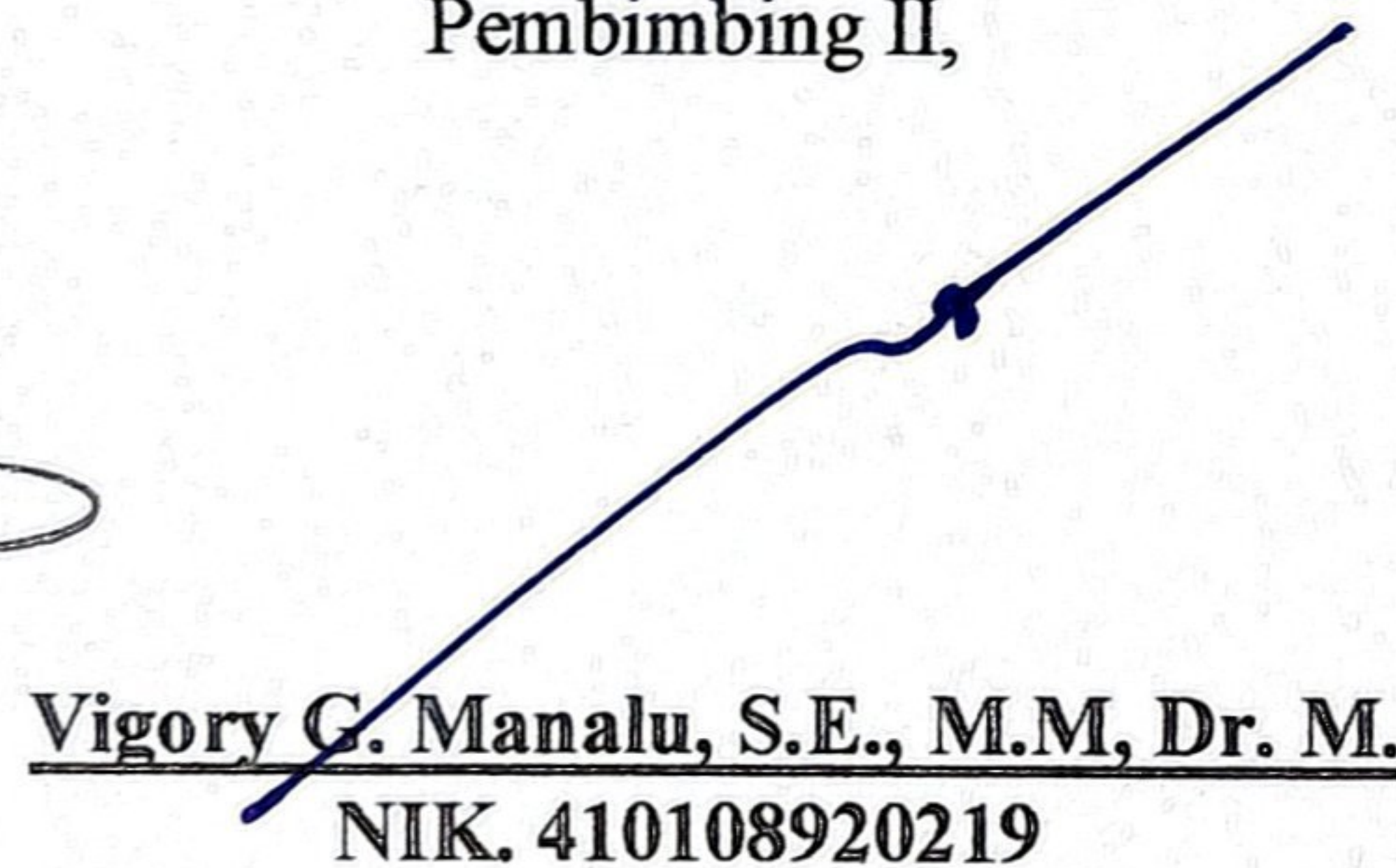
Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi., S.E., M.Si
NIK. 41038971055

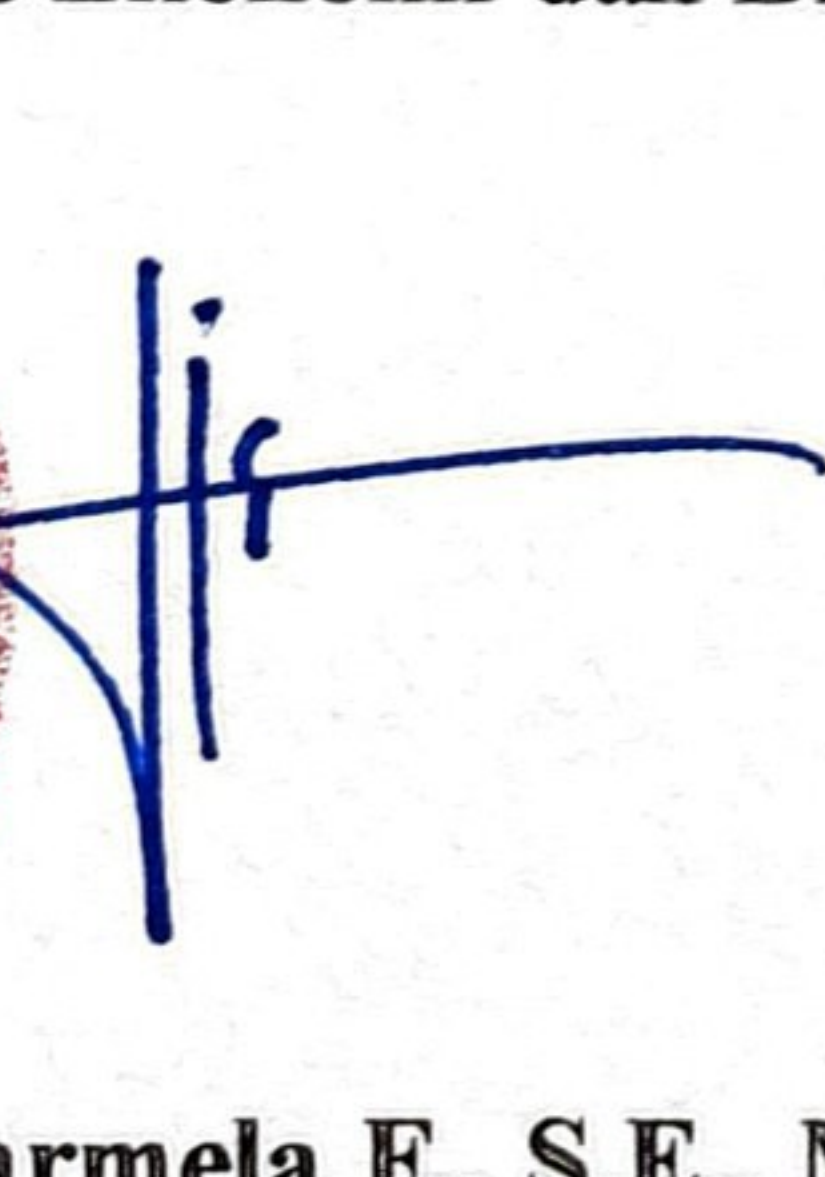


Vigory G. Manalu, S.E., M.M, Dr. M.
NIK. 410108920219

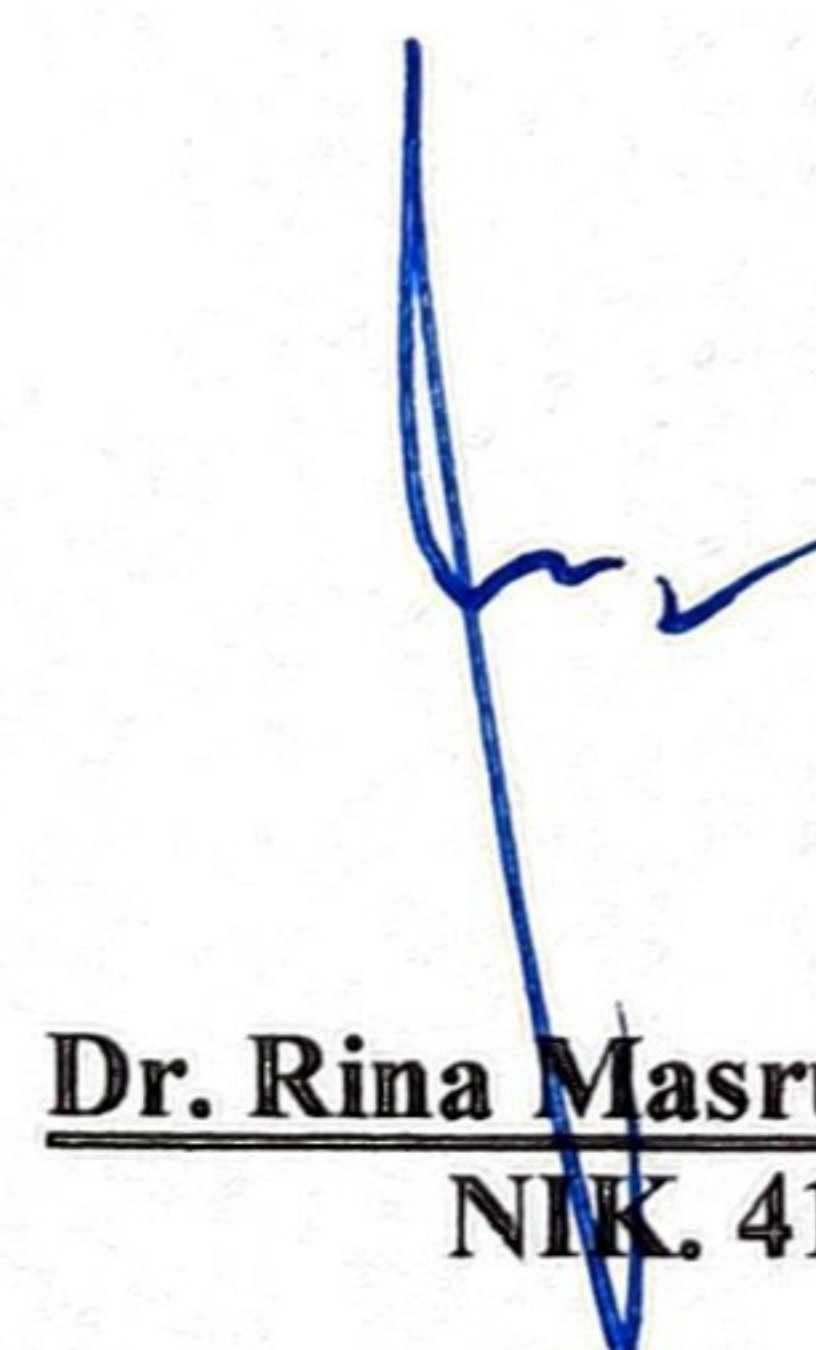
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsa Silvana

Nim : 20200510246

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyatakan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Toko Online pada Marketplace Tokopedia** (Survei Pada Masyarakat Kecamatan Kuningan) benar asli hasil saya. Terkecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya.

Kuningan, Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Salsa Silvana

NIM. 20200510246

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Saya hanya akan melakukan yang terbaik untuk diri saya sendiri. Karena hanya

aku yang tahu usahaku”

(Twenty Five Twenty One – Na Hee Do)

“No Limit gon’ touch the sky”

(iKON)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan do’a, semangat, nasihat dan kasih sayang sehingga saya bisa menyelesaikan studi ini.

ABSTRAK

Salsa Silvana, Nomor Induk Mahasiswa 20200510246. Judul skripsi “Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Toko Online Pada Marketplace Tokopedia”. Dibimbing oleh Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, SE.,M.Si dan Bapak Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, SE., M.M . Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Toko Online Pada Marketplace Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer Review*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Emina di toko online pada marketplace Tokopedia. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina di toko online pada marketplace Tokopedia. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina di toko online pada marketplace Tokopedia. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina di toko online pada marketplace Tokopedia.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Salsa Silvana, Student Identification Number 20200510246. Thesis title "The Influence of Online Customer Reviews, Product Quality, and Price Perceptions on Purchase Decisions for Emina Products in Online Stores on the Tokopedia Marketplace". Supervised by Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si and Mr. Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, SE., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

This research aims to determine the influence of online customer reviews, product quality and price perceptions on purchasing decisions for Emina products in online stores on the Tokopedia marketplace. This research was conducted using quantitative methods. The number of samples in this study was 100 respondents. The data collection technique in this research uses multiple linear analysis. The research results show that Online Customer Reviews, Product Quality and Price Perceptions together influence the decision to purchase Emina products in online stores on the Tokopedia marketplace. Online Customer Reviews have a positive and significant influence on purchasing decisions for Emina products in online stores on the Tokopedia marketplace. Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions for Emina products in online stores on the Tokopedia marketplace. Price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions for Emina products in online stores on the Tokopedia marketplace.

Keywords : Online Customer Reviews, Product Quality, Price Perceptions, Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT karena rahmat dan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Online Customer Review, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Toko Online Di Marketplace Tokopedia (Survei Pada Masyarakat Kecamatan Kuningan)"**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Kuningan, Juni 2024

Penulis

Salsa Silvana

NIM.20200510246

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS	
.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	11
2.1.3 <i>Online Customer Review</i>	17
2.1.4 Kualitas Produk	19
2.1.5 Persepsi Harga.....	21
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	24
2.1.7 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Berpikir	30
2.3 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Uji Instrumen.....	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	45
3.7.4 Koefisien Determinasi (R ²)	45
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	49
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	51
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.1.5 Analisis Regresi Berganda	63
4.1.6 Koefisien Determinasi.....	64
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	65
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X1), Kualitas Produk (X2), Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	67
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68

4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	71
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Merek Paket Kecantikan Terlaris di E- Commerce.....	2
Gambar 1.2 Jumlah pengunjung E-Commerce Tahun 2021 -2024.....	3
Gambar 4.1 Logo Emina	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Awal Pengguna Tokopedia.....	4
Tabel 1.2 Survei Awal Online Customer Review	5
Tabel 1.3 Survei Awal Kualitas Produk Emina	6
Tabel 1.4 Survei Awal Produk Kecantikan pada Masyarakat Kecamatan Kuningan.....	7
Tabel 1.5 Research Gap	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3.2 Uji Validitas Online Customer Review (X1).....	39
Tabel 3.3 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	39
Tabel 3.4 Uji Validitas Persepsi Harga (X3).....	40
Tabel 3.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Online Customer Review (X1)	41
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	41
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X3).....	42
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Online Customer Review	52
Tabel 4.5 Deskriptif Statistik Kualitas Produk (X2)	54
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Persepsi Harga (X3).....	57
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian (Y)	59

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	63
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	66