

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK
DAN *MARKETING INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :

Cindy Febya Riska

201910325272



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan *Marketing Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta)

Nama Mahasiswa : Cindy Febya Riska

NPM : 201910325272

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jakarta, 20 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M

NIDN. 0318087101



Murti Wijayanti, SE., M.M

NIDN. 0320127504

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan *Marketing Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta raya)

Nama Mahasiswa : Cindy Febya Riska
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325272
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2023

Jakarta, 20 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN 0329048302
Penguji I : Dr. Dovina Navanti, S.T.,M.M
NIDN 0327037601
Penguji II : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN 0318087101



.....



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., MM
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN : 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa, Skripsi dengan judul Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan *Marketing Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Cindy Febya Riska

201910325272

ABSTRAK

Cindy Febya Riska 201910325272. Pengaruh Ulasan, Konsumen Kualitas Produk dan *Marketing Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu ulasan konsumen, kualitas produk, dan *marketing influencer*, variabel terikat keputusan pembelian Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Program Studi Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen dengan sampel 100 responden, dimana Kriteria responden ini yaitu mahasiswa Ubhara dan konsumen Erigo, sebelum menganalisis data, peneliti menggunakan 30 responden sebagai pilot study untuk mengetahui kelayakan penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian, dalam variabel independen Ulasan Konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Variabel *Marketing Influencer* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Ulasan Konsumen, Kualitas produk, *Marketing Influencer* Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Cindy Febya Riska 201910325272. *The Influence of Reviews, Consumer Product Quality and Marketing Influencers on Purchasing Decisions on Erigo Products Case Study Students at Bhayangkara University, Jakarta Raya.*

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely consumer reviews, product quality, and marketing influencers, the dependent variable on purchasing decisions. The method used in this study is the quantitative method, which in this study uses purposive sampling calculations with the slovin formula. . The population in this study were students of Bhayangkara University Jakarta Raya Economics & Business Study Program Management Study Program with a sample of 100 respondents, where the criteria for these respondents were Ubhara students and Erigo consumers, before analyzing the data, researchers used 30 respondents as a pilot study to determine the feasibility of this study by SPSS program assistance version 26. Based on the results of the study, in the independent variable Consumer Reviews has a significant positive effect on Purchase Decisions, Product Quality variable has a significant positive influence on Purchase Decisions and Marketing Influencer Variable has a significant positive influence on Purchase Decisions.

keywords: Consumer Reviews, Product Quality, Influencer Marketing Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN *MARKETING INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)** “ Penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Prodi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada.

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc MBA , selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik, Terima kasih atas motivasi dan saran yang diberikan kepada saya sehingga saya merasa

yakin untuk mengambil skripsi ini dengan cepat. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.

5. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M , selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
6. Ibu Murti Wijayanti, SE., MM , selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi saya Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
7. Untuk Kedua Orang tua saya yang sangat saya cintai yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, materi, motivasi, dan harapan agar tetap semangat dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. Untuk Diri sendiri, Terima kaih banyak karena sudah mampu bertahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan skripsi saya selama penyusunan skripsi yaitu : Putri Disty , Ilmi Nabila, Juleitha Lindsari, yang sangat suportif dan semangat yang luar biasa untuk berjuang mengerjakan skripsi.

11. Ryan Zulhariyahya selaku support sistem yang selalu memberi dukungan dan semangat , serta teman seperbimbingan skripsi saya yaitu Citra Amelia, Putri Regita Sari dan Serta teman - teman kelas 8-A4 Manajemen yang menjadi tempat berbagi ilmu pengetahuan serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan teman sepermainan dalam perkuliahan yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis yaitu : Jompong, Mendoan club, The Pentry, Always Happy.

12. Kakak tingkat serta teman-teman selama kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan semangat, dukungan dan bantuan selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca. Waassalamu'alaikum wr.wb

Jakarta, Juni 2023



Dipindai dengan CamScanner

Cindy Febya Riska

201910325272

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Tujuan Masalah	27
1.4 Manfaat Penelitian	28
1.5 Batasan Masalah	28
1.6 Sistematika Penulisan	28
BAB II TELAAH PUSTAKA	30
2.1 Perilaku Konsumen	30
2.2 Keputusan Pembelian	30
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	32
2.2.3 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian	33
2.3 Ulasan Konsumen (<i>customer review</i>)	34
2.3.1 Pengertian Ulasan Konsumen	34

2.3.2 Indikator Ulasan Konsumen.....	36
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Ulasan Konsumen.....	36
2.4 Kualitas Produk	38
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	38
2.4.2 Indikator Kualitas Produk	40
2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	41
2.5 <i>Marketing Influencer</i>	42
2.5.1 Pengertian <i>Marketing Influencer</i>	42
2.5.2 Indikator <i>Marketing Influencer</i>	43
2.5.3 Dimensi <i>Marketing Influencer</i> sebagai berikut:.....	44
2.6 Teori Empiris.....	45
2.7 Kerangka Konseptual	48
2.8 Hipotesis	49
2.8.1 Pengaruh Ulasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	51
2.8.3 Pengaruh <i>Marketing Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
2.8.4 Pengaruh terhadap Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan <i>Marketing Influencer</i> terhadap produk Erigo	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Desain Penelitian	54
3.2 Tahapan Penelitian	54
3.2.1 Tahap Perencanaan	54
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	55
3.2.3 Tahap Analisis Data.....	55
3.3 Populasi dan Sampel	55
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	57

3.5 Jenis dan Sumber Data	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data	59
3.7 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	60
3.8 Metode Analisis Data dan Penjualan Hipotesis	62
3.8.1 Analisis Deskriptif	62
3.8.2 Analisis Statistik	63
3.8.3 Uji Instrumen Penelitian	63
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.8.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.9 Uji Hipotesis.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Brand Erigo.....	68
4.2 Hasil Analisis Data	70
4.2.1 Uji validitas	70
4.2.2 Uji Reliabilitas	72
4.3 Hasil Penelitian.....	74
4.3.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	74
4.3.2 Identitas Responden	75
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Analisis Deskriptif	77
4.4.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	78
4.4.4 Deskripsi Variabel <i>Marketing Influencer</i> (X3)	78
4.4.5. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
4.5 Uji Asumsi Klasik	80
4.4.2 Deskripsi Variabel Ulasan Konsumen (X1).....	80
4.5.1 Uji Normalitas.....	80

4.5.2 Uji Multikolinierritas	82
4.5.3 Uji Heteroskedastistas.....	83
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.7 Pengujian Uji Hipotesis.....	86
4.7.1 Uji t (Uji Parsial)	86
4.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	88
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	94
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Distro Indonesia yang mampu Go Internasional 2022.....	17
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Erigo dari E-commerce	18
Tabel 2.1 Teori Empiris.....	46
Tabel 3.1 Skala Likert	60
Tabel 4.1 Uji Validitas Ulasan Konsumen (X1)	70
Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	71
Tabel 4.3 Uji Validitas Marketing Influencer (X3)	71
Tabel 4.4 Validitas Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Ulasan Konsumen (X1)	73
Tabel 4.6 Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	73
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas <i>Marketing Influencer</i> (X3)	73
Tabel 4.8 Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.10 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	76
Tabel 4.11 Karakteristik Frekuensi Pembelian	76
Tabel 4.12 Jawaban Responden pada Variabel Ulasan Konsumen (X1).....	80
Tabel 4.13 Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk (X2)	78
Tabel 4.14 Jawaban Responden pada Variabel Marketing Influencer (X3)	79
Tabel 4.15 Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian(Y)	79
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogrov – Smirnov</i>	81
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas.....	83
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	87
Tabel 4.20 Uji F (Simultan)	88
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Mahasiswa Membeli Produk Erigo Karena Adanya Kebutuhan	20
Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Mahasiswa Memutuskan Untuk Membeli Produk Erigo Kembali Karena Ingin Membandingkan Dengan Brand Yang Lain.....	21
Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Mahasiswa Memutuskan Untuk Membeli Produk Erigo Karena Pengalaman Orang Lain	21
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Mahasiswa Tertarik membeli Produk Erigo karna adanya Marketing Influencer.....	22
Gambar 1.5 Marketing Influencer Pada Produk Erigo.....	24
Gambar 1.6 Ulasan Konsumen Pengguna Produk Erigo.....	24
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4.1 Jumlah Pengikut Instagram Erigo Pada Tahun 2023	69
Gambar 4.2 Uji Normalitas	82
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi.....
Lampiran 3 Surat Permohonan.....
Lampiran 4 Lembar Kuesioner
Lampiran 5 Tabulasi Data Skala Penelitian
Lampiran 6 Hasil Uji Piloy Study
Lampiran 7 Buku Bimbingan
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

