

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
*MADAME GIE***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya Angkatan 2020)**

SKRIPSI

Oleh :

**Nurul Khotimmah
202010325424**



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk,
Online Customer Review, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Madame Gie*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Nurul Khotimmah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325424
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I



Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN. 0303017106

Dosen Pembimbing II



Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E., M.Ak

NIDN. 0302129101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Madame Gie* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Nurul Khotimmah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325424

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102

Sekretaris Tim : Andrian, SE., MM.

NIDN. 0321077102

Penguji

Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN. 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Madame Gie* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)” ini adalah 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 sesuai 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 mempublikasikanya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Nurul Khotimmah

202010325424

ABSTRAK

Nurul Khotimmah, 202010325424. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Madame Gie* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)”.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* variabel terikat yaitu 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 Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dengan sampel 200 responden, dimana kriteria responden ini yaitu Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dan konsumen produk *skincare Madame Gie*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent 1) Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) *Online Customer review* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) *Online Customer rating* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nurul Khotimmah, 202010325424. *“The Influence of Brand Image, Product Quality, Online Customer Reviews, and Online Customer Ratings on the Decision to Purchase Madame Gie Skincare Products (Case Study of Management Study Program Students at Bhayangkara University, Greater Jakarta Class of 2020)”*.

The research carried out aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely Brand Image, Product Quality, Online Customer Reviews, and Online Customer Rating, the dependent variable, namely purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative method, where this research uses Purposive Sampling calculations with the Slovin formula. The population in this study were Management Study Program Students at Bhayangkara University, Greater Jakarta, Class of 2020, with a sample of 200 respondents, where the criteria for these respondents were Students at Bhayangkara University, Greater Jakarta, Class of 2020 and consumers of Madame Gie skincare products. Based on the research results, it shows that the independent variables 1) Brand Image has a positive and significant influence on Purchasing Decisions, 2) Product Quality has a significant positive influence on Purchasing Decisions, 3) Online Customer reviews have a significant positive influence on Purchasing Decisions, 4) Online Customer rating has a significant positive influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Purchase Decisions.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Madame Gie* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)”. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

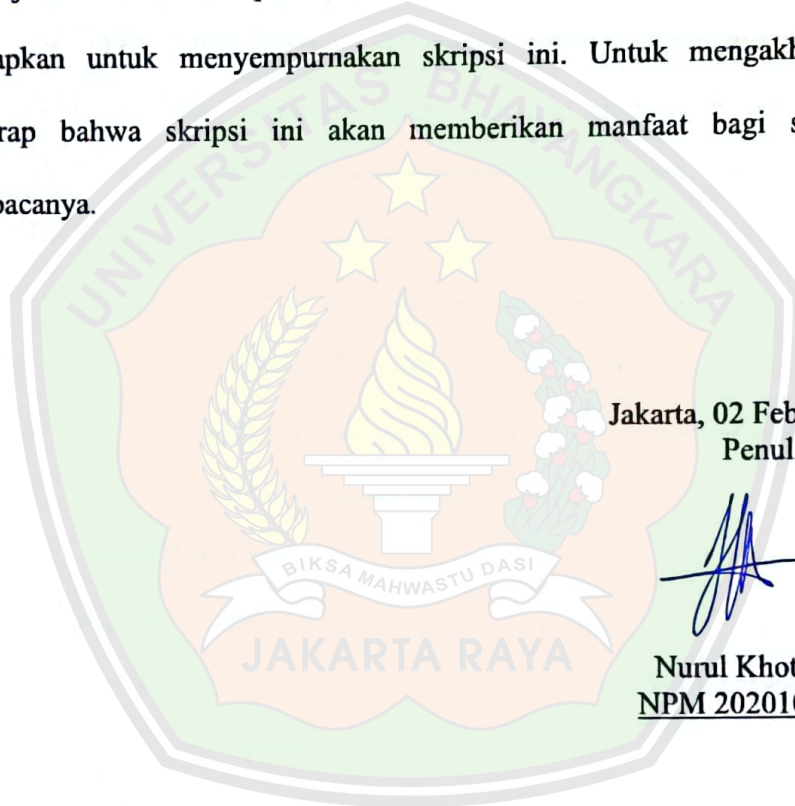
Dalam kesempatan ini peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bahayangkara Jakarta Raya..
4. Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.

6. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Kedua Orang Tua, Bapak Sardi dan Mama Rini Palupi yang selalu memberikan dukungan dan mendo'akan serta senantiasa membantu baik dari segi material dan moral sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam do'a dan juga motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Diri sendiri, sebagai *self reward* karena sudah tetap memilih semangat dan bisa melalui cobaan serta rintangan hingga bisa dititik sekarang.
11. Ari Puji Ramdhani, S.Kom selaku *partner special* yang selalu menemani hari-hari penulis baik suka maupun duka, yang selalu mendengarkan segala keluhan penulis dan selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga saat ini, memberikan semangat serta motivasi kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini dan selalu menjadi orang yang paling terdepan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat penulis yang juga selalu memberikan do'a, hiburan dan dukungan kepada penulis dan selama penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada Nia, Tantra, Datisa, Depin, Nanda dan Indra Yolanda Pristiawati, S.M yang selalu memberikan dukungan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman CCS, Sarah Intan Tasia, Elsa Pebiyanti, Novita Sari, Zhakila

Sutendi, Tsamara Husniyyah, Helmi Dayanti yang saling memberikan dukungan satu sama lain dan juga membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Untuk mengakhiri, peneliti berharap bahwa skripsi ini akan memberikan manfaat bagi semua yang membacanya.



Jakarta, 02 Februari 2024
Penulis

Nurul Khotimmah
NPM 202010325424

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Batasan Penulisan	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Strategi Pemasaran	12

2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian	13
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.3 Citra Merek.....	15
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Citra Merek.....	16
2.3.3 Indikator Citra Merek	17
2.4 Kualitas Produk	17
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.4.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.5 <i>Online Customer Review</i>	19
2.5.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	19
2.5.2 Faktor-Faktor <i>Online Customer Review</i>	19
2.5.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	20
2.6 Online Customer Rating	20
2.6.1 Pengertian Online Customer Rating.....	20
2.6.2 Faktor-Faktor <i>Online Customer Rating</i>	21
2.6.3 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	22
2.7 Peneliti Terdahulu	22
2.8 Kerangka Konseptual	26
2.9 Hipotesis Penelitian	27
2.9.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	27
2.9.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	27

2.9.3 Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap keputusan pembelian	28
2.9.4 Pengaruh <i>online customer rating</i> terhadap keputusan pembelian....	29
2.9.5 Pengaruh citra merek, kualitas produk, <i>online customer review</i> , dan <i>online customer rating</i> terhadap keputusan pembelian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	35
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Skala Pengukuran	36
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	37
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum	43
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Brand Madame Gie</i>	43
4.1.2 Visi Dan Misi Brand Madame Gie	44
4.2 Hasil Penelitian.....	44

4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner.....	44
4.2.2 Karakteristik Responden	45
4.3 Uji Kualitas Data	48
4.3.1 Uji Validitas.....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.6 Uji Hipotesis.....	61
4.6.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t).....	61
4.6.2 Uji Simultan (Uji f)	63
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R</i> ²)	64
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	73
REFERENSI	73
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk <i>Skincare Madame Gie</i> Yang Paling Banyak Di Minati.....	4
Tabel 1.2 Penilaian Konsumen secara <i>Online</i>	6
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	47
Tabel 4.5 Uji Validitas Sig. 2 Tailed.....	49
Tabel 4.6 Uji Validitas Citra Merek.....	50
Tabel 4.7 Uji Validitas Kualitas Produk	50
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	51
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Online Customer Rating</i>	51
Tabel 4.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	52
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	53
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i>	53
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas <i>Online Customer Rating</i>	53
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.17 Uji Multikolineritas.....	57

Tabel 4.18 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis t.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji f)	64
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Top 10 Sunscreen Brand Lokal.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Logo <i>Brand Madame Gie</i>	43
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot	56
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Hasil Uji Plagiarisme	84
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	86
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	101
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	109
Lampiran 6 Hasil Output Spss	123
Lampiran 7 Buku Bimbingan.....	148
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	151

