

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *PRODUK SKINCARE SOMETHINC*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)**

SKRIPSI

Oleh :

Sarah Intan Tasia

202010325391



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare Somethinc* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Sarah Intan Tasia

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325391

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, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare Somethinc* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Sarah Intan Tasia
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325391
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis.
Tanggal Lulus Ujian : 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 Novanti, 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 dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare Somethinc* (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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Sarah Intan Tasia

202010325391

ABSTRAK

Sarah Intan Tasia, 202010325391. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare Somethinc* (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, Harga dan *Online Customer Review*, 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 Somethinc*, sebelum menganalisis data, peneliti menggunakan 30 responden sebagai pilot *study* untuk mengetahui kelayakan penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent 1) Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 2) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian 3) *Online Customer review* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Sarah Intan Tasia, 202010325391. The Influence of Brand Image, Price, and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions for Somethinc Skincare Products (Case Study of Management Study Program Students at Bhayangkara University, Jakarta Raya, Angaktan 2020).

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely Brand Image, Price and Online Customer Reviews, 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 Somethinc skincare products. Before analyzing the data, researchers used 30 respondents as a pilot study to find out feasibility of this research with the help of the SPSS version 26 program. Based on the research results, it shows that the independent variables 1) Brand Image has a positive and significant influence on Purchasing Decisions 2) Price has a significant positive influence on Purchasing Decisions 3) Online Customer reviews have a significant positive influence on Decisions Purchase.

Keywords: *Brand Image, Price, Online Customer Reviews, Purchasing 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, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Skincare Somethinc* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen 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 Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, 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., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat, motivasi dan arahan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Kedua Orang Tua, Ayah Irmen dan Mamah Nisah yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan 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. *Partner special* bagi penulis, Faqihuddin Rijal S.Tr.Par terimakasih selalu menemani hari-hari penulis baik suka maupun duka, yang selalu mendengarkan segala keluh kesah penulis dan selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga saat ini, selalu menjadi orang yang paling terdepan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan menggapai mimpi dengan baik.
12. Sahabat – sahabat penulis yang juga selalu memberikan doa, hiburan dan dukungan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada Nabila, Lutfi, Adesti yang yang selalu memberikan dukungan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman – teman CCS, Elsa Pebiyanti, Nurul Khotimmah, Novita Sari, Zhakila Sutendi, Tsamara Husniyyah dan 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

Sarah Intan Tasia

202010325391

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	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	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pemasaran.....	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.2 Keputusan Pembelian	16
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.	16

2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2.3 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Citra Merek.....	19
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.3.2 Indikator Citra Merek	20
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	20
2.4 Harga	20
2.4.1 Pengertian Harga.....	20
2.4.2 Indikator Harga.....	21
2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	22
2.5 <i>Online Customer Review</i>	22
2.5.1 Indikator <i>Online Customer Review</i>	23
2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	24
2.6 Peneliti Terdahulu	25
2.7 Kerangka Konseptual	29
2.8 Hipotesis Peneliti.....	29
2.8.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.	30
2.8.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian. ...	31
2.8.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap	31
Keputusan Pembelian.	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Populasi dan sampel	34

3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Jenis dan sumber Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber Data	37
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	37
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	37
3.4.2 Skala Pengukuran	39
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	40
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	40
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.6 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum <i>Somethinc</i>	46
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Somethinc</i>	46
4.1.2 Visi dan Misi.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioener	48
4.2.2 Karakteristik Respdn.....	49
4.3 Uji Kualitas Data	51
4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57

4.4.2 Uji Multikolinieritas	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.6 Uji Hipotesis.....	62
4.6.1 Uji koefisien Secara parsial (Uji t).....	62
4.6.2 Uji Simultan (Uji f).....	64
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
REFERENSI.....	74
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

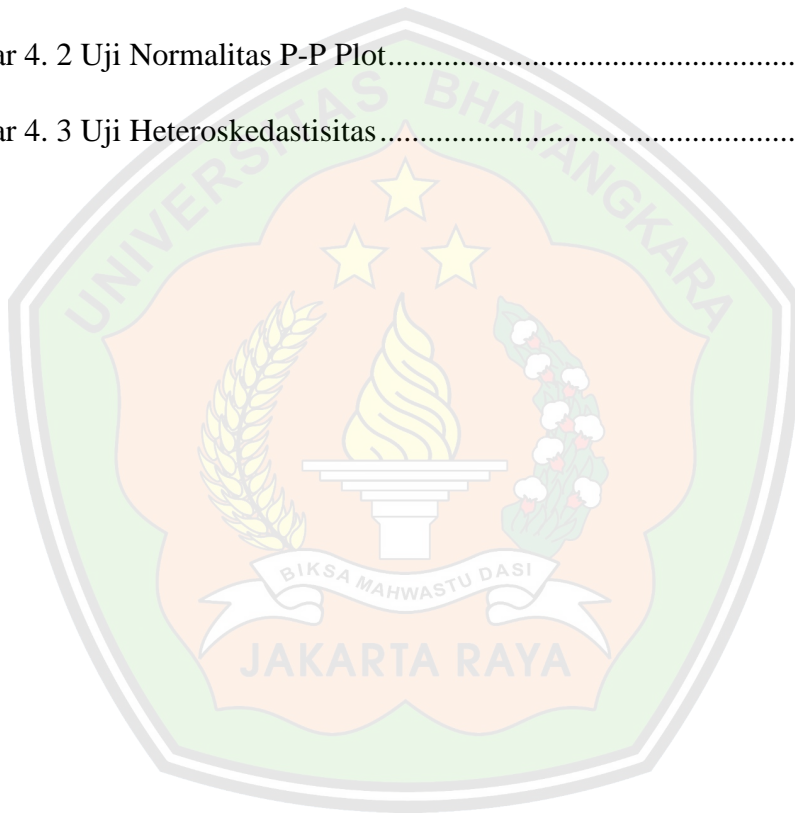
Tabel 1.1 Varian dan Harga	6
Tabel 1.2 Varian Produk dan Presentase <i>Online Customer Review</i> Shopee <i>Something Official Shop</i>	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	48
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik berdasarkan frekuensi pembelian.....	51
Tabel 4. 5 Uji Validitas Sig.2 Tailed.....	52
Tabel 4. 6 Uji Validitas Citra Merek.....	53
Tabel 4. 7 Uji Validitas Harga	53
Tabel 4. 8 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	54
Tabel 4. 9 Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	55
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Harga	56
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i>	56
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas.....	59

Tabel 4. 16 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis t.....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefesien Determinasi (Adjusted R2).....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>Ecommerce</i>	4
Gambar 1.2 Data Penjualan Serum <i>Somethinc</i> dan <i>Scarlett</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Logo <i>Brand Somethinc</i>	46
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-P Plot.....	58
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Plagiarisme.....	82
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	84
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	97
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	103
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	115
Lampiran 7 Buku Bimbingan.....	142
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	145

