

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SOMETHINC DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Tarisa Agista

202010325025



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Tarisa Agista

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325025

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN. 0319067606

Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M

NIDN. 0327059101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Tarisa Agista

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325025

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2024

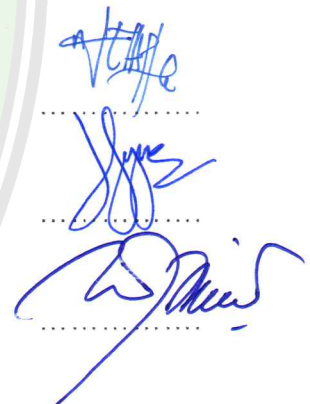
Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN. 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN. 0317117801

Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN. 0319067606



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 *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Kota Bekasi” 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka 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 memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Tarisa Agista

202010325025

ABSTRAK

Tarisa Agista, 202010325025. Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Kota Bekasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner melalui *Google Form*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang merupakan masyarakat berdomisili di Kota Bekasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 26. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Online Customer Review* dan *Brand Image* secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Brand Image, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Tarisa Agista, 202010325025. *The Influence of Online Customer Reviews and Brand Image on Purchasing Decisions for Somethinc Products in Bekasi City.*

This study was conducted to determine the effect of online customer reviews and brand image on the purchasing decisions of Somethinc products. This study is a quantitative research using a non-probability sampling method with an accidental sampling technique. In this study, primary data in the form of questionnaires through Google Forms was used. The number of samples used in this study was 96 respondents who were people domiciled in Bekasi City. The analysis technique used in this study uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 26 software. Based on the results of the data processing carried out, the results of this study showed that the Online Customer Review variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, the Brand Image variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The Online Customer Review and Brand Image variables simultaneously have a significant influence on the Purchasing Decision variable.

Keywords: *Online Customer Review, Brand Image, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Kota Bekasi”.

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari do’a, dukungan, bantuan, bimbingan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat secara jasmani dan rohani serta memberikan petunjuk dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC), selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dovina Navanti., S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5. Dr. Andrian, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, motivasi, dan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak Widi Winarso S.E., M.M dan Ibu Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, motivasi dan ilmunya selama penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat dan berharga kepada penulis serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membantu dalam pengurusan administrasi dan akademik selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis, yang selalu mendo'akan, memberikan semangat, motivasi, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kedua orang tua penulis selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Kakak saya Rizky Alfian Rifaldi dan Putri Dwi Karina yang telah memberikan perhatian, dukungan, semangat dan mendo'akan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Aulia Ambarwati, Anisya Nur Fadilla, dan Adinda Danty selaku teman-teman seperjuangan selama masa perkuliahan yang selalu membantu, memberikan masukan, semangat, dukungan, dan menemani penulis selama penyusunan skripsi.

11. M. Falaqh Sabilah yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi.
12. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian penulis.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Aamiin.
14. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berjuang sampai sejauh ini dan berusaha yang terbaik selama masa perkuliahan serta dalam penyusunan skripsi.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 20 Juni 2024

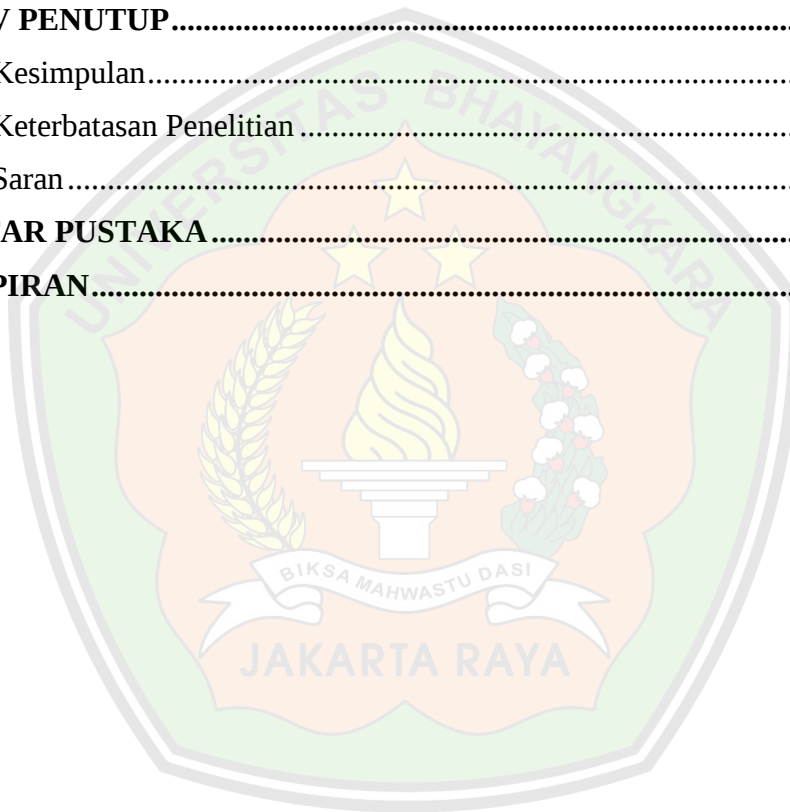
Tarisa Agista

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Telaah Teoritis.....	12
2.1.1 <i>Online Customer Review</i>	12
2.1.2 <i>Brand Image</i>	14
2.1.3 Keputusan Pembelian	17
2.2 Telaah Empiris	19
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
2.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	23
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Tahapan Penelitian	26
3.2.1 Tahap Perencanaan	26
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	26
3.2.3 Tahap Penulisan.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	29
3.5.1 Operasional Variabel	29
3.5.2 Skala Pengukuran	30
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	31
3.6.1 Uji Instrumen Data.....	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.6.4 Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Profile <i>Brand</i> Somethinc.....	36
4.2 Deskripsi Data Penelitian	38
4.2.1 Pendistribusian Kuesioner	38
4.2.2 Identitas Responden.....	38
4.3 Uji Instrumen Data	42
4.3.1 Uji Validitas.....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1 Uji Normalitas.....	44
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	46
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.6 Uji Hipotesis.....	49

4.6.1 Uji T (Uji Parsial)	49
4.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	51
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data	53
4.7.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	53
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.7.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	57
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	66

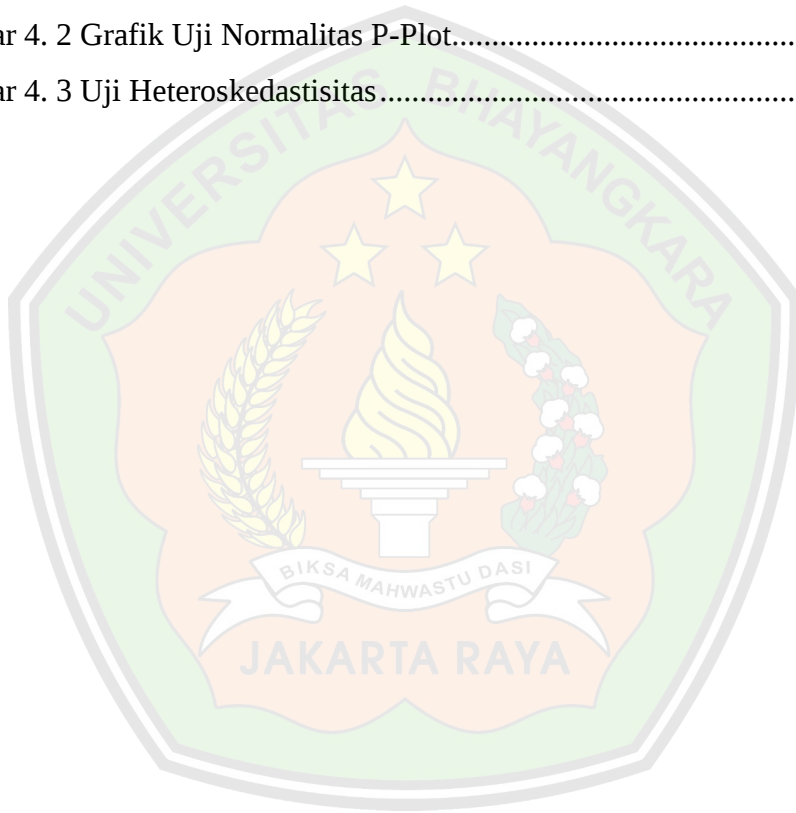


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	42
Tabel 4. 6 Uji Validitas	43
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4. 11 Uji T (Uji Parsial)	50
Tabel 4. 12 Uji F (Uji Simultan)	51
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kategori Produk Kecantikan Terlaris di <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 1. 2 Top <i>Brand</i> Serum	4
Gambar 1. 3 Review Positif Konsumen Somethinc	6
Gambar 1. 4 Review Negatif Konsumen Somethinc	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Logo Somethinc	36
Gambar 4. 2 Grafik Uji Normalitas P-Plot	45
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Uji Plagiarisme Skripsi
- Lampiran 2. Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3. Lembar Kuesioner
- Lampiran 4. Tabulasi Data Responden
- Lampiran 5. Output Uji SPSS 26
- Lampiran 6. Tabel r
- Lampiran 7. Tabel t
- Lampiran 8. Tabel F
- Lampiran 9. Buku Bimbingan
- Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup

