

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN KUALITAS*  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN  
KULIT MS GLOW**

Skripsi diajukan untuk melengkapi persyaratan  
mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Lustia Usnul Khofifah

Npm: 41183402180113



Starta 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING* , DAN KUALITAS**  
**PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN**  
**KULIT MS GLOW**

Tanggal: 20 Juli 2023

Oleh,

Lustia Usnul Khofifah

NPM: 41183402180113

Disetujui,  
Pembimbing



Isti Pujiastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN**

**KULIT MS GLOW**

Tanggal : 27 Juli 2023

Oleh,

Lustia Usnul Khofifah

NPM: 41183402180113

Diuji ,

Penguji I



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M

Penguji II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S. E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Lustia Usnul Khofifah

NPM : 41183402180113

Judul Skripsi/Penulisan : Pengaruh *Online Customer Review, Rating, dan*  
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menyatakan dengan sesungguhnya bawa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikian dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti merupakan duplikasi atau plagiarism ataupun terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan / atau sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagi pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 12 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Lustia Usnul Khofifah

41183402180113

## ABSTRAK

**Lustia Usnul Khofifah (41183402180113)**

Pengaruh *Online Customer Review, Rating* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk perawatan kulit Ms.Glow

xiv + 178 halaman + 25 tabel + 10 gambar + 3 grafik + 23 lampiran

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

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, rating dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ms glow. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pengguna produk skincare Ms.Glow di Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari kuisioner, wawancara, dan studi Pustaka dengan pengambilan sampel kepada 100 responden. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 20* (SPSS 20).

Berdasarkan hasil analisis uji F (Anova) diperoleh F hitung (7,929) > F tabel (2,70) dan dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel *online customer review, rating*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit Ms.Glow. Hasil uji t menunjukkan variabel *online customer review, rating* dan keputusan pembelian berpengaruh dan signifikan yaitu dengan tingkat signifikan online customer review  $0,000 < 0,05$ , rating  $0,001 < 0,000$  dan keputusan pembelian  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Daftar Pustaka : 43 (2007-2022).

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum warohmatullah wabarakatuh*

Alhamdulillah rabbi'l'aalamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow” dengan lancar.

Skripsi inii diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. Penulis skripsi ini dapat saya selesaikan tidak lepas dari bimbingan dan arahan yang diberikan dengan penuh kesabaran dan bantuan yang tulus dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberi arahan, bimbingan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pngestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Seluruh dosen dan *staff* Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua tercinta, Bapak Lusino dan Ibu Sumiyasih, serta kakak saya Bayu Mardianto dan Arief Hidayatulloh dan kakak ipar saya Erawati dan Emilia. Terimakasih untuk kasih sayang, doa, dan dukungan moral sehingga penulis

termotivasi menyelesaikan studi ini dengan baik, semoga penulis bisa membanggakan kalian.

6. Untuk Donal putra warna yang slalu mensupport saya dari awal perkuliahan hingga akhir masa studi, serta slalu mendukung dan menghibur saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Untuk teman saya Sheila Zoya Rifanka , terimakasih telah memberikan masukan, saran serta support dalam proses penyusunan skripsi.
8. Untuk teman saya Risa Amelia , terimakasih telah memberikan masukan, saran serta support dalam proses penyusunan skripsi.

Semoga semua amal kebaikan kalian diterima Allah SWT da dicatat sebagai amalan terbaik, Aamiin. Harapan peneliti mudah mudahan penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa saran dan kritiknya kearah dan membangun slalu saya harapkan dan disambut dengan senang hati untuk perbaikan penelitian selanjutnya.

Aamiin Ya Rabbal'amin

*Walaikumsalam wr.wb*

Bekasi, 04 Juli 2023

Penulis,

Lustia Usnul Khofifah

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.... Latar Belakang.....	1
1.2.... Rumusan Masalah.....	11
1.3.... Tujuan Penelitian.....	11
1.4.... Manfaat Penelitian.....	11
1.5.... Ruang Lingkup Atau Pembatasan Masalah.....	12
1.6.... Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.... Perilaku Konsumen.....	15
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	16
2.2.3 Faktor – Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	17
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	18



2.3	<i>Online Customer Review</i> .....	19
2.3.1	Pengertian <i>Online Customer Review</i> .....	19
2.3.2	Dimensi <i>Online Customer Review</i> .....	19
2.3.3	Contoh <i>Online Customer Review</i> .....	20
2.4	<i>Online Customer Rating</i> .....	20
2.4.1	Pengertian <i>Online Customer Rating</i> .....	19
2.4.2	Dimensi <i>Online Customer Rating</i> .....	21
2.4.3	Indikator <i>Online Customer Rating</i> .....	22
2.4.4	Contoh <i>Online Customer Rating</i> .....	22
2.5	Kualitas Produk.....	23
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.5.2	Indikator Kualitas Produk.....	24
2.5.3	Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.5.4	Perspektif Produk.....	26
2.6	Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran.....	35
2.8	Hipotesis.....	36

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	39
3.1.1	Metode Penelitian.....	39
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.1.3	Populasi dan Sampel.....	39
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.1.5	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.2	Instrumen Penelitian Variabel dan Pengukuran Data.....	42
3.2.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
3.2.2	Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1).....	43
3.2.3	Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	44

3.2.4	Variabel Kualitas Produk (X3).....	45
3.3	Teknik Analisis Data .....	46
3.3.1	Uji Kualitas Data.....	46
3.3.1.1	Uji Validitas.....	46
3.3.1.2	Uji Reabilitas.....	47
3.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.3.2.1	Uji Normalitas.....	48
3.3.2.2	Uji Multikolinieritas .....	48
3.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.5	Uji Hipotesis.....	50
3.5.1	Uji Parsial (Uji t).....	50
3.5.2	Uji F (Simultan).....	51
3.5.3	Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	52
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.2	Hasil Pengolahan Data Statistik.....	53
4.2.1	Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
4.2.1.1	Validitas Instrumen <i>Online Customer Review</i> (X1).....	54
4.2.1.2	Validitas Instrumen <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	54
4.2.1.3	Validitas Instrumen Kualitas Produk (X3).....	55
4.2.1.4	Validitas Instrument Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.2.1.5	Reabilitas Instrumen.....	57
4.2.2	Deskripsi Data Responden.....	58
4.2.2.1	Deskripsi <i>Online Customer Review</i> (X1) .....	60
4.2.2.2	Deskripsi <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	63
4.2.2.3	Deskripsi Kualitas Produk (X3).....	65

4.2.2.4	Deskripsi Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.3.1	Uji Multikolinearitas.....	70
4.2.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.2.4	Uji Analisis Regresi Berganda.....	74
4.2.5	Uji Hipotesis.....	75
4.2.5.1	Uji t.....	75
4.2.5.2	Uji F.....	77
4.2.5.3	Koefisien Penentu (KP) atau Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
4.3.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Ms.Glow.....	80
4.3.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian Ms.Globw.....	80
4.3.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ms.Glow.....	82
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		90

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	5 Brand Skincare penjualan terlaris 2021-2022.....	2
Tabel 1.2	Produk Ms Glow.....	3
Tabel 1.3	Produk Ms Glow.....	4
Tabel 1.4	Permasalahan <i>Online Customer Review</i> .....	5
Tabel 1.5	Jumlah Rating.....	6
Tabel 1.6	Permasalahan <i>Online Customer Rating</i> .....	7
Tabel 1.7	Permasalahan Kualitas Produk.....	8
Tabel 1.8	Permasalahan Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	29
Tabel 3.1	Skala Likert.....	42
Tabel 3.2	Interpretasi Nilai Koefisien Relasi (r).....	52
Tabel 4.1	Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X1).....	54
Tabel 4.2	Uji Validitas <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	55
Tabel 4.3	Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	56
Tabel 4.4	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Reabilitas .....	58
Tabel 4.6	Jumlah Sampel dan Tingkat Pengambilan Kuisisioner.....	59
Tabel 4.7	Data Karakteristik Responden Penelitian.....	59
Tabel 4.8	Skor Jawaban tentang <i>Online Customer Review</i> .....	61
Tabel 4.9	Skor Jawaban tentang <i>Online Customer Rating</i> .....	63
Tabel 4.10	Skor Jawaban tentang Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.11	Skor Jawaban tentang Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.12	One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4.13	Tabel Collinearity Statistics.....	71
Tabel 4.14	Tabel <i>Glejser</i> .....	72
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	74
Tabel 4.16	Uji t.....	76

Tabel 4.17 Uji F .....	77
Tabel 4.18 Hasil Analisis Tabel Koefisien.....	78
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Online Customer Review.....	6
Gambar 1.2 Kualitas Produk.....	9
Gambar 1.3 Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.1 Contoh <i>Online Customer Review</i> .....	20
Gambar 2.2 Contoh <i>Online Customer Review</i> .....	20
Gambar 2.3 Contoh <i>Online Customer Rating</i> .....	22
Gambar 2.4 Contoh <i>Online Customer Rating</i> .....	22
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	35

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Normal Probability Histogram.....	69
Grafik 4.2 Normal Probability Plots.....	70
Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Pra survey (Uji coba 30 Responden).....	90
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reabilitas (Pra survey) <i>Variabel</i> <i>Online Customer Review</i> .....	98
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reabilitas (Pra survey) <i>Variabel</i> <i>Online Customer Rating</i> .....	101
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reabilitas (Pra survey) <i>Variabel</i> Kualitas Produk.....	104
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reabilitas (Pra survey) <i>Variabel</i> Keputusan Pembelian.....	107
Lampiran 6. Bukti Pembelian Customer.....	110
Lampiran 7. Kuisioner penelitian sesudah dilakukan Uji Validitas dan Reabilitas.....	113
Lampiran 8. Skor Jawaban Responden ( <i>online customer review</i> ).....	121
Lampiran 9. Skor Jawaban Responden ( <i>online customer rating</i> ).....	124
Lampiran 10. Skor Jawaban Responden (kualitas produk).....	127
Lampiran 11. Skor Jawaban Responden (keputusan pembelian).....	130
Lampiran 12. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	133
Lampiran 13. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	136
Lampiran 14. Uji Hipotesis.....	137
Lampiran 15. Tabel Persentase Distribusi F.....	138
Lampiran 16. Tabel Nilai Distriusi t.....	139
Lampiran 17. Penilaian Konsumen.....	140
Lampiran 18. Interview Prasurvey.....	142
Lampiran 19. Surat Keputusan Pembimbing.....	173
Lampiran 20. Kartu Seminar Proposal.....	174
Lampiran 21. Kartu Bimbingan Skripsi.....	176
Lampiran 22. Daftar Riwayat Hidup.....	177



Lampiran 23. Turnitin..... 178

## Lampiran 23. Turnitin

Pengaruh online customer review, rating, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit ms glow

### ORIGINALITY REPORT

<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>10%</b>	<b>15%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>repository.unismabekasi.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>repository.stei.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>repository.uin-suska.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repository.upstegal.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.umsu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repo.darmajaya.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>www.fortuneidn.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

Submitted to Universitas Nasional