PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, FLASH SALE,* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* FACETOLOGY PADA KONSUMEN *MARKETPLACE* DI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

KEISYA PUTRI KADINDA
43122010286

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, FLASH SALE,* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* FACETOLOGY PADA KONSUMEN *MARKETPLACE* DI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

KEISYA PUTRI KADINDA
43122010286

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Keisya Putri Kadinda

NIM : 43122010286

Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencamtumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenernya.

Jakarta, 5 Februari 2026



Keisya Putri Kadinda

Nim:43122010286

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**						
Tgl. Efektif	25 September 2024							

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: KEISYA PUTRI KADINDA
NIM	: 43122010286
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW,FLASH SALE, DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN FACETOLOGY PADA KONSUMEN MARKETPLACE DI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin	: 23%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **23%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 08 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/08/0000001307/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Keisya Putri Kadinda
NIM	:	43122010286
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Online Customer Review,Flash Sale, dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelin Produk Sunscreen Facetology Pada Konsumen Marketplace di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Tafiprios, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0302106401

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-04266328

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Online Customer Review, Flash Sale dan Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Facetology pada Konsumen MarketPlace di Jakarta".

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan serta kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Pak Dr.Tafiprios,S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan saran, serta waktu luang selama bimbingan.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagi pihak, baik dari segi bimbingan, saran, nasehat, maupun semangat sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala rendah hati peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si.,Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

lib.mercubuana.ac.id

3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Penulis mengucapkan terimakasih kepada bapak atas arahan, dan dukungan selama proses perkuliahan ini.
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Penulis mengucapkan terimakasih telah membantu memberikan informasi terkait proses Tugas Akhir.
5. Bapak Janfry Sihite, Dr. SE, MSM selaku dosen pengampu mata kuliah metedologi penelitian pemasaran. Penulis mengucapkan Terimakasih telah membantu penulis untuk menyusun skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Mercu Buana yang saya tidak bisa sebutkan satu-satu yang telah mendukung dan mendidik dan memberikan ilmu bermanfaat, sehingga peneliti dapat sampai ke tahap ini dan mengerti apa yang belum peneliti mengerti sebelumnya.
7. Almh Hasty Kresnawati selaku ibu yang sangat hebat dan luar biasa, Alhamdulillah penulis sudah di tahap ini. Terimakasih telah menjadi alasan kekuatan terbesar dalam hidup penulis,yang terus mendorong untuk tidak menyerah, Walaupun berat sekali harus melewatkan keras nya hidup tanpa sosok ibu dan ayah.
8. Femi Rivayanti dan Nur Rachman yang sudah saya anggap seperti orang tua ku, Terimakasih banyak telah merawat dan membiayai penulis sampai sarjana dan sejauh ini, serta memberikan semangat dan doa yang tak pernah henti.

lib.mercubuana.ac.id

Terimakasih sudah berjuang untuk penulis dan telah memberikan kasih sayang kepada penulis. Tanpa mereka penulis tidak akan sampe dititik ini.

9. Isma Israfianti, Handy, Irfan selaku tante dan om, Terimakasih telah memberikan semangat, doa dan memberikan kasih sayang kepada penulis.
10. Rai Amara,Raka Permana,Audina Muthia, yang sudah saya anggap sebagai kaka terimakasih telah memberikan semangat dan doa yang tak pernah henti. Dan telah memberikan kasih sayang kepada penulis.
11. Reisya Putri Adinda, selaku saudari kembar yang telah memberikan semangat dari kecil menjadi tempat berbagi cerita,keluh kesah ataupun berbagi tawa. Terimakasih telah ikut serta dalam proses penulisan sampai pendidikan saat ini.
12. Terimakasih kepada orang istimewa yaitu Baskoro Andra S.Ikom yang selalu menjadi support system penulis selama proses skripsi. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat,tenaga dan berkontribusi dalam penulisan skripsi ini.Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman fanbase Maisa hilda,Bunga Yustia,Zakiatun Nisa salsabila,Cindy Nadya putri, Putri lestari, Belya Rossa, Siti Rokhimah temen saya dari awal perkuliahan terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dari maba sampe di proses skripsi ini, serta saling menguatkan memberikan semangat, saran dan motivasi kepada penulis serta berbagi cerita dan tawa nya. Terimakasih sudah menemani penulis dari maba hingga menjadi sarjana.
14. Teman-Teman himpunan mahasiswa angkatan 22 selaku teman organisisasi yang telah membantu,memberikan saran dan motivasi sehingga penulis

lib.mercubuana.ac.id

semangat untuk mengerjakan proses skripsi ini. Terimakasih telah menemani penulis sampe saat ini.

15. Asri,Ardela,Adel,Hasya,Maida,Reyfa selaku teman dekat yang memberikan semangat untuk penulis,berbagi cerita dan tawa, selalu ada kalo penulis ingin berkeluh kesah. Terimakasih sudah menjadi teman terbaik.
16. Segenap responden,yang telah bersedia untuk membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian tugas akhir ini.
17. Terakhir, Terimakasih kepada diri saya sendiri, Keisya Putri Kadinda. Terimakasih telah bertahan sejauh ini, Terimakasih kepada jiwa yang tetap kuat walaupun hampir menyerah. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini dan percaya diri kepada diri sendiri bahwa bisa menyelesaikan apa yang sudah dimulai oleh penulis ini.

Akhir kata penulis sangat berharap skripsi ini bisa menjadi langkah yang baik untuk penulisan tugas akhir nanti. Penulis menyadari bahwa didalam skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, Penulis berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir yang telah dibuat agar menjadi lebih baik.

Jakarta, 19 Juni 2025

Keisya Putri Kadinda
NIM: 43122010286

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Keisya Putri Kadinda
NIM	:43122010286
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Online Customer Review,Flash Sale, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunscreen Facetology Pada Konsumen MarketPlace di Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026

Yang menyatakan,



(Keisya Putri Kadinda)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Nama : Keisya Putri Kadinda

NIM : 43122010286

Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Flash Sale dan Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Facetology pada Konsumen MarketPlace di Jakarta

Pebimbing : Dr.Tafiprios, S.E.,M.M

Penelitian ini menganalisis pengaruh *online customer review*, *flash sale*, dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk sunscreen Facetology pada konsumen MarketPlace di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 210 responden yang merupakan konsumen Sunscreen Facetology di wilayah Jakarta dan dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Square (Smart-PLS*). Dan survei pada pengguna, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online customer review, Flash sale, dan Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata Kunci: *Online Customer Review, Flash sale, Celebrity endorsement*, keputusan pembelian, Facetology

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Name : *Keisya Putri Kadinda*

Student ID : *43122010286*

Study Programe : *Manajement S1*

Thesis Title : *The Influence of Online Customer Review, Flash Sale, and Celebrity Endorsement on the Decision to buy Facetology Sunscreen on Jakarta Marketplace Consumers*

Supervisor : *Dr.Tafiprios, S.E.,M.M*

This study analyzes the influence of online customer reviews, flash sales, and celebrity endorsements on purchasing decisions for Facetology sunscreen products among MarketPlace consumenrs in Jakarta. The research method used is a quantitative approach with a causal research type. Data were collected through distributing questionnaires to 210 respondents who are Facetology Sunscreen consumers in the Jakarta area and analyzed using the Partial Least Square (Smart-PLS) technique. And a survey on users, the results of the study showed that Online customer reviews, Flash sales, and Celebrity Endorsements have a significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *Online Customer Reviews, Flash Sales, Celebrity Endorsements, Purchasing Decisions, Facetology*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **ix**
ABSTRAK ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumumusan Masalah 14
1.3 Tujuan Penelitian 15
1.4 Kontribusi Penelitian 15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN TEORITIS **17**
2.1 Kajian Pustaka 17
2.1.1 Manajemen Pemasaran 17
2.1.2 Perilaku Konsumen 19
2.1.3 Keputusan Pembelian 22
2.1.4 Online Customer Review 26
2.1.5 Flash Sale 28
2.1.6 Celebrity Endorsement 31
2.2 Penelitian Terdahulu 33
2.3 Hubungan Antar Variabel 37
2.3.1 Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian 37
2.3.2 Pengaruh Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian 38
2.3.3 Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian 39
2.4 Kerangka Pemikiran 39
BAB III METODE PENELITIAN **42**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 42
3.2 Desain Penelitian 42
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 56
3.3.1 Definisi Variabel 56
3.3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel 58
3.4 Skala Pengukuran Variabel 60
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 61
3.5.1 Populasi Penelitian 61
3.5.2 Sampel Penelitian 61
3.6 Metode Pengumpulan Data 62
3.7 Metode Analisis 63
3.7.1 Evaluasi Measurement Model (Outer Model) 64

lib.mercubuana.ac.id

3.7.2 Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)..... 66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 70
4.1 Analisis Deskriptif..... 70
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 70
4.1.2 Analisis Desktipsi Responden 71
4.1.3 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian 74
4.2 Analisis Partial Least Square..... 84
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)..... 85
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... 99
4.3.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.. 99
4.3.2 Pengaruh Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian..... 100
4.3.3 Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian ... 101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 102
5.1 Simpulan..... 102
5.2 Saran..... 103
DAFTAR PUSTAKA..... 106
LAMPIRAN..... 114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei 9
Tabel 1. 2 Research Gap 12
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu 33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 58
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert 60
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 71
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia 72
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili 73
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Lama Pengguna Konsumen 73
Tabel 4. 5 Online Customer Review 74
Tabel 4. 6 Flash Sale 77
Tabel 4. 7 Celebrity Endorsement 79
Tabel 4. 8 Keputusan Pembelian 81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Convergent Validity 86
Tabel 4. 10 Hasil pengujian Covergent Validity (setelah dimodikfikasi) 88
Tabel 4. 11 AVE (Average Variance Extraction) 90
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterotrait – Monotrait Ratio 90
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings) 91
Tabel 4. 14 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) 93
Tabel 4. 15 Hasil Uji Construct Reability 94
Tabel 4. 16 Nilai R Square (R^2) dari Model Penelitian 95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Model Fit 96
Tabel 4. 18 Hasil Q- Square 96
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis 98

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top penjualan produk sunscreen Terlaris di E-Commerce (2025) 2
Gambar 1. 2 Fluktuasi Penjualan Bulanan Kategori Sunscreen 3
Gambar 1. 3 Graphic Facetology official shop Top SKU sunscreen Q1 2024 4
Gambar 1. 4 Nilai penjualan melalui Branding strategi Bundling..... 5
Gambar 1. 5 Nilai Penjualan Shopee 6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 40
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS 86
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Setelah Dimodifikasi)..... 89
Gambar 4. 3 Hasil Uji Boostrapping..... 97

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER 114
LAMPIRAN 2. HASIL KUESIONER 122
LAMPIRAN 3. OLAH DATA..... 141

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id