

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Siti Nurjannah  
NIM : 43120120157

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Siti Nurjannah  
NIM : 43120120157**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurjannah

NIM : 43120120157

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan 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 sebenarnya.

Jakarta, 11 Mei 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



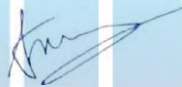
(Siti Nurjannah)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurjannah  
NIM : 43120120157  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Customer Review*  
Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening  
Tanggal Sidang : 11 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eko Tama Putra Saratian, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 05232437



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Eko Tama Putra Saratian, SE. MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih dengan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.d selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada kami, semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam laporan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Mei 2023

Siti Nurjannah

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Keputusan Pembelian .....	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
c. Dimensi Indikator Keputusan Pembelian .....	15
d. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
e. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	18
f. Tingkat Pengambilan Keputusan .....	19
4. Kualitas Produk .....	20
a. Pengertian Kualitas Produk.....	20

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	21
c. Dimensi Indikator Kualitas Produk.....	22
5. Harga.....	23
a. Pengertian Harga.....	23
b. Persepsi Harga.....	24
c. Tujuan Penetapan Harga .....	24
d. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	25
e. Dimensi Indikator Harga.....	26
6. Customer Review (Ulasan Pelanggan) .....	27
a. Pengertian Customer Review .....	27
b. Faktor Yang Mempengaruhi Customer Review .....	28
c. Dimensi Indikator Customer Review.....	29
7. Penelitian Terdahulu.....	30
8. Hubungan Antar Variabel.....	35
B. Kerangka Pemikiran .....	39
C. Pengembangan Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Definisi Operasional Variabel .....	44
D. Skala Pengukuran Variabel .....	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
1. Populasi Penelitian.....	46
2. Sampel Penelitian .....	47
F. Metode Pengumpulan Data .....	47
G. Metode Analisis Data .....	48
1. Statistik Deskriptif.....	48
2. Partial Least Square (PLS) .....	49



<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
	B. Analisis Deskriptif.....	57
	1. Karakteristik Responden.....	57
	2. Deskripsi Variabel .....	58
	C. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	63
	D. Hasil Analisis Data .....	65
	1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	65
	2. Evaluasi Structural Model (Inner Model).....	72
	E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
	1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
	2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
	3. Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
	A. Simpulan .....	81
	B. Saran .....	82
	1. Saran Untuk Perusahaan .....	82
	2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	84
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Kuesioner Pra Survey	6
2.1.	Penelitian Terdahulu	30
3.1.	Definisi Operasional Variabel	44
3.2.	Skala Penilaian	46
4.1	Kategori produk Scarlett Whitening	56
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengasilan	58
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	59
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Harga	60
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Customer Review</i>	61
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	62
4.9	Hasil Uji Skewness dan Kurtosis	63
4.10	<i>Multicollinearity</i> (VIF)	65
4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	66
4.12	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1)	68
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion</i>	70
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity – Cross Loading</i>	70

4.15	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	71
4.16	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ )	73
4.17	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ )	73
4.18	Tabel Uji Model Fit	74
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Penguasa Brand Perawatan Tubuh Diawal Bulan Januari 2021	2
1.2.	Data Penjualan Scarlett Whitening di Shopee	3
1.3.	Data Penjualan Scarlett Whitening di Tokopedia	3
2.1.	Model Kerangka Konseptual Penelitian	39
4.1	Logo Scarlett Whitening	56
4.2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	66
4.3	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1)	68
4.4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	91
2.	Hasil Kuesioner	95
3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	111
4	Hasil Uji <i>Skewness</i> dan <i>Kurtosis</i>	114
5	Hasil Uji Multikolinearitas	114
6	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	115
7	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1)	117
8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> – <i>Fornell Larcker Criterion</i> (Modifikasi 1)	118
9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (AVE)	118
10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> – <i>Cross Loadings</i>	119
11	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	119
12	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ )	119
13	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ )	120
14	Hasil Uji Model Fit	120
15	Hasil Pengujian <i>Bootsrapping</i>	120
16	Hasil Pengujian Hipotesis	121
17	<i>Charts</i>	121