

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* (Studi Kasus pada Maker *Camille Beauty*)**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Rosmiati

Nim : 43119010113

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* (Studi Kasus pada Maker *Camille Beauty*)**

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



Nama : Rosmiati  
Nim : 43119010113

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

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama ; Rosmiati

Nim : 43119010113

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.



Jakarta, 1 Agustus 2023



Rosmiati

NIM: 43119010113

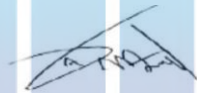
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rosmiati  
NIM : 43119010113  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Online Customer Review, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masker Camille Beauty)  
Tanggal Sidang : 25 Oktober 2023

Disahkan oleh:

Pembimbing



Amzad Samudro, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen

MERCU BUANA



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233282



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Masker *Camille beauty*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di indoneisa yang pernah setidaknya sekali membeli barang jenis komestik. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 135 responden, dihitung berdasarkan rumus *Structural Equation Modelling (SEM) Partial Least Square (PLS V3)*. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Penelitian Ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *online customer review* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on purchasing decisions on Camille beauty Masks. The population in this study are Shopee application users in Indonesia who have purchased cosmetic goods at least once. The sample used was 135 respondents, calculated based on the Partial Least Square (PLS) Structural Equation Modeling (SEM) formula. Sampling method using purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. This research proves that Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, online customer review has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, and product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Service Quality, Product Quality, Purchase Decision*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Online Customer Review*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Maker Camile Beauty)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis 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 pihak, khususnya Bapak Amzad Samudro, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. 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. Kepada Amzad Samudro selaku dosen pembimbing saya yang selalu membimbing saya dengan sabar dalam proses pengerjaan penelitian ini, selalu membantu jika saya kesulitan dalam penelitian ini.
5. Kepada Penguji saya Febrina Mahliza, S.E., M.Si selaku ketua penguji yang telah memberikan saran, masukan, dan arahan agar penelitian ini menjadi lebih baik dan benar.
6. Kepada Dr. Dendi Anggi Gumilang, M.M selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran masukan, dan arahan agar penelitian ini menjadi lebih baik dan benar
7. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta, Bapak Rochmat dan Ibu Sainah yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada akhir. Dan tak luput terimakasih kepada Syahrul selaku aa atau abang saya yang membiayai saya selama kuliah.
8. Kepada almarhumah nenek saya tercinta yang selalu support cucunya untuk menjadi orang sukses dan bisa membahagiakan keluarga.
9. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
10. Untuk seluruh Teman-teman Universitas Mercu Buana, serta sahabat saya, Salsa, Fadilah, dan Indah yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Semoga kita dapat menemukan apa yang kita cari dan menggapai apa yang kita dambakan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini



bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Dengan segala kerendahan diri,  
akhir kata penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 13 Agustus 2023



Rosmiati

NIM: 43119010113



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A.Latar Belakang Penelitian.....	1
B.Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D.Kontribusi Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	16
A.Kajian Pustaka .....	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Perilaku Konsumen.....	17
3. Keputusan Pembelian.....	20
4. Kualitas Pelayanan.....	25
5. <i>Online Customer Review</i> .....	28
6. Kualitas produk .....	31
B.Penelitian Terdahulu .....	33
C.Pengembangan Hipotesis.....	35
D.Kerangka Konseptual.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	38
A.Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B.Desain Penelitian .....	38
C.Definisi Operasional .....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasional Variabel .....	41

D. Skala Pengukuran .....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
1. Populasi .....	45
2. Sampel .....	45
F. Metode Pengumpulan Data .....	47
G. Metode Analisa .....	48
1. Analisis <i>Deskriptif</i> .....	48
2. Uji Instrumen .....	48
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>53</b>
A. Analisis <i>Deskriptif</i> .....	53
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	53
2. Deskripsi Responden .....	54
3. Deskripsi Variabel .....	57
B. Hasil Analisa PLS ( <i>Partial Least Square</i> ) .....	61
1. Pengujian Model Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	61
2. Hasil Pengujian Model Stuktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top <i>Brand for</i> Gen-Z Index Tahun 2022.....	3
Tabel 1. 2 Online <i>Review Camille beauty</i> di Shopee berdasarkan bintang satu .....	9
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survei.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 3. 3 Operasional Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	43
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Kualitas Produk .....	43
Tabel 3. 5 Pengukuran Skala <i>Likert</i> .....	44
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Sampel Penelitian .....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan.....	57
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	59
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	63
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	65
Tabel 4. 13 Hasil <i>Average variance extracted</i> (AVE) .....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i> .....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Cross Loading</i> .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Brand Masker Wajah</i> di Shopee Periode 1-12 Agustus 2021 .....	7
Gambar 1. 2 <i>Brand Masker Wajah</i> di Shopee Periode 1-15 Maret 2022.....	8
Gambar 2. 1 Model Proses Keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2. 2 Model Kerangka Penelitian.....	37
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	64
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	73



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	88
Lampiran 2: Karakteristik Responden .....	89
Lampiran 3: Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden .....	91
Lampiran 4: Hasil Statistik .....	102



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA