



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ONLINE CONSUMER*
REVIEW, DAN *RATING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MAKEUP* SOMETHINC**

SKRIPSI

TYAS WIDYA RINI

1810111265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *ONLINE CONSUMER*
REVIEW, DAN *RATING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MAKEUP* SOMETHINC**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meperoleh Gelar Sarjana Manajemen

TYAS WIDYA RINI

1810111265

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Tyas Widya Rini

NIM : 1810111265

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Desember 2021



Tyas Widya Rini

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tyas Widya Rini
NIM : 1810111265
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pmebanguna Nasional Veteran Jakrta Hak bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk, Online Consumer Review, dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Makeup Somethinc

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 19 Desember 2021

Yang menyatakan, materai



(Tyas Widya Rini)

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, ONLINE CONSUMER REVIEW, DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKEUP SOMETHINC

Dipersiapkan dan disusun oleh :

TYAS WIDYA RINI 1810111265

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 31 Desember 2021

dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



Dr. Nobelson, M.M.

Ketua Penguji



Suharyati S.E., M.M.

Penguji I



Lina Aryani, S.E., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA.,

CSRS

Dekan



Wahyudi, S.E., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Desember 2021

The Influence of Product Quality, Online Consumer Review, and Rating on Purchase Decision of Somethinc's Makeup

By Tyas Widya Rini

Abstract

This study aims to analyze and prove the effect of product quality, online consumer reviews, and online consumer ratings on purchasing decisions of Somethinc's makeup. This research used a quantitative approach. The sampling technique used was purposive sampling with 75 female who bought Somethinc makeup and domiciled in Jakarta. Data collection using a questionnaire through Google forms. The data analysis technique used descriptive and inferential analysis and processed by SmartPLS 3.3.3 software. The results of the study stated: (1) there was a significant effect from product quality on purchase decision of Somethinc's makeup; (2) there was a significant effect from online consumer review on purchase decision of Somethinc's makeup; (3) there was a significant effect from online consumer rating on purchase decision of Somethinc's makeup.

Keywords: *Product Quality, Online Consumer Review, Online Consumer Rating Purchase Decision, Makeup*

Pengaruh Kualitas Produk, *Online Consumer Review*, dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Makeup Somethinc*

Oleh Tyas Widya Rini

Abstrak

Penelitian mempunyai tujuan untuk menganalisis serta membuktikan pengaruh kualitas produk, *online consumer review*, dan *online consumer rating* terhadap keputusan pembelian *makeup Somethinc*. Penelitian menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 75 responden wanita yang membeli *makeup Somethinc* dan berdomisili di Jakarta. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google form*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial yang diolah dengan *software SmartPLS 3.3.3*. Hasil penelitian menyatakan, antara lain: (1) terdapat pengaruh signifikan pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian *makeup Somethinc*; (2) terdapat pengaruh signifikan pada *online consumer review* terhadap keputusan pembelian *makeup Somethinc*; (3) terdapat pengaruh signifikan pada *online consumer rating* terhadap keputusan pembelian *makeup Somethinc*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Online Consumer Review, Online Consumer Rating, Makeup



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari ini Jumat, tanggal 31, bulan Desember 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Tyas Widya Rini

NIM : 1810111265

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

“Pengaruh Kualitas Produk, *Online Consumer Review*, dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Makeup Somethinc*”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua Penguji	
2	Suharyati, SE., MM	Penguji I	
3	Lina Aryani, SE., MM	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 31 Desember 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, melalui nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Online Consumer Review*, dan *Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Makeup Somethinc*”** tanpa adanya kendala berarti.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Lina Aryani SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan karya tulis ini.

Di samping itu, penulis juga berterimakasih kepada orang tua, saudara, teman-teman yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penulisan. Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 19 Desember 2021



Tyas Widya Rini

1810111265

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
LEMBAR BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah.....	7
I.3. Tujuan Penelitian	7
I.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Landasan Teori.....	8
II.1.1 Manajemen Pemasaran	8
II.1.2 Keputusan Pembelian	9
II.1.3 Lima Tahap Keputusan Pembelian	10
II.1.4 Dimensi Keputusan Pembelian	11
II.1.5 Indikator Keputusan Pembelian	12
II.1.6 Kualitas Produk.....	13
II.1.7 Dimensi Kualitas Produk.....	14

II.1.8	Indikator Kualitas Produk.....	15
II.1.9	Online Consumer Review.....	15
II.1.10	Jenis Platform Online Consumer Review.....	17
II.1.11	Indikator Online Consumer Review.....	18
II.1.12	Online Consumer Rating.....	21
II.1.13	Dimensi Online Consumer Rating.....	22
II.2.	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
II.3.	Model Penelitian.....	32
II.4.	Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
III.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
III.2.	Populasi dan Sampel.....	37
III.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
III.3.1	Jenis Data.....	38
III.3.2	Sumber Data.....	38
III.3.3	Pengumpulan Data.....	38
III.4.	Teknik Analisis Data.....	40
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	40
III.4.2	Analisis Inferensial.....	40
III.4.3	Partial Least Square.....	41
III.4.4	Langkah-Langkah Partial Least Square.....	41
III.4.5	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	43
III.4.6	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
IV.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
IV.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	50
IV.2.1	Deskripsi Data Responden.....	50
IV.2.2	Analisis Data Deskripsi.....	52
IV.3.	Uji Hipotesis dan Analisis.....	53

IV.3.1 Uji Validitas	53
IV.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
IV.3.3 Model Struktural (Inner Model).....	57
IV.4. Pembahasan	60
IV.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
IV.4.2 Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian	60
IV.4.3 Pengaruh Online Consumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
IV.5. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
V.1. Simpulan.....	63
V.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Merek Lokal Terpopuler Kategori Perawatan Wajah dan Kosmetik.....	2
Tabel 2 Perbandingan Rata-Rata Penjualan Makeup Pada Official Store Shopee dan Tokopedia Tahun 2021	4
Tabel 3 Matriks Penelitian Terdahulu Terkait Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 4 Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 5 Likert Scale.....	39
Tabel 6 Butir Pernyataan Dalam Kuesioner	39
Tabel 7 Interpretasi Nilai Loading Factor.....	40
Tabel 8 Nilai Loading Factor Outer Model	53
Tabel 9 Nilai Loading Factor Outer Model Setelah Re-estimasi	55
Tabel 10 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	56
Tabel 11 Nilai Composite Reliability	56
Tabel 12 Nilai Cronbach's Alpha	57
Tabel 13 Nilai R Square.....	57
Tabel 14 Nilai Q Square	58
Tabel 15 Hasil Uji t-Statistik.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Penjualan Produk Makeup Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19	3
Gambar 2 Model Penelitian	32
Gambar 3 Langkah-Langkah PLS	42
Gambar 4 Pensil Alis Somethinc "Brow Wiz Retractable Eyebrow"	47
Gambar 5 Eyeliner Somethinc "Forever Stay Waterproof Liquid Eyeliner"	48
Gambar 6 Face Palette Somethinc "Dolvecita Face Palette"	49
Gambar 7 Cushion Somethinc "Copy Paste Breathable Mesh Cushion SPF 33 PA++"	49
Gambar 8 Eyeshadow Somethinc "Superstar Eyeshadow Palette"	50
Gambar 9 Pie Chart Karakteristik Responden Menurut Usia	51
Gambar 10 Pie Chart Karakteristik Responden Menurut Domisili	51
Gambar 11 Pie Chart Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	52
Gambar 12 Nilai Loading Factor Outer Model	54
Gambar 13 Nilai Loading Factor Outer Model Setelah Re-estimasi	55
Gambar 14 Model Struktural (Inner Model)	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 Data Kuesioner 75 Responden	74
Lampiran 3 Hasil Data Karakteristik Responden.....	82
Lampiran 4 Hasil Data Statistik Deskriptif Responden.....	83
Lampiran 5 Hasil Olah Data PLS (Partial Least Square)	84
Lampiran 6 T Tabel dan R Tabel	89