



***ONLINE CUSTOMER REVIEW, CELEBRITY ENDORSEMENT  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PARFUM *ONLINE****

**SKRIPSI**

**ANNISA AMALIA FITRI 2010111163**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**



***ONLINE CUSTOMER REVIEW, CELEBRITY ENDORSEMENT  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PARFUM *ONLINE****

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**ANNISA AMALIA FITRI 2010111163**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Annisa Amalia Fitri

NIM. : 2010111163

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

Jakarta, 15 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Annisa Amalia Fitri)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Annisa Amalia Fitri  
NIM : 2010111163  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

### ***Online Customer Review, Celebrity Endorsement dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Online***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : Jakarta

Pada Tanggal : 15 Desember 2023

Yang menyatakan,



Annisa Amalia Fitri

**SKRIPSI**

***ONLINE CUSTOMER REVIEW, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM  
ONLINE***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**ANNISA AMALIA FITRI 2010111163**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 15 Desember  
2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima




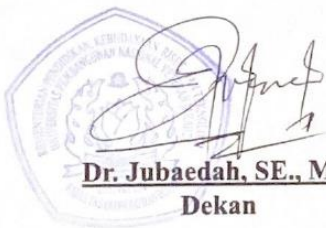
**Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D**  
Ketua Penguji



**Dra. Bernadin Dwi M, MM**  
Penguji 1



**Dr. Miguna Astuti, S. Si., MM., CPM**  
Penguji 2 (Pembimbing)

**Dr. Jubaedah, SE., MM**  
Dekan



**Siti Hidayati, SE, MM**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 15 Desember 2023

# ***Online Customer Review, Celebrity Endorsement and Perceived Value on Online Perfume Purchase Decisions***

**By Annisa Amalia Fitri**

## ***Abstract***

*Selling perfume online is a challenge because the actual involved sense, which is the sense of smell, cannot be activated through the internet platform. However, perfume sales on Tokopedia in 2022 experienced an increase of almost 2,5 times compared to the same period the previous year. In addition to the existing gaps in previous research between online customer review, celebrity endorsement and price perception in relation to purchase decisions, no previous research has been found that combines the three variables and their impact on purchase decisions. The aim of this research is to investigate and to prove the influence of online customer review, celebrity endorsement, and price perception on purchase decisions. This is a quantitative research utilizing a questionnaire distributed to 100 respondents for data collection. The population used for this research consists of individuals in DKI Jakarta who have made online perfume purchases. The data analysis technique employed in this research is Partial Least Square (PLS) using the SmartPLS application. The results of this study prove that (1) online customer review influence purchase decisions. (2) Celebrity endorsement does not influence purchase decision. (3) Price perception has an impact on purchase decisions.*

***Keywords:*** *Celebrity Endorsement, Online Customer Review, Price Perception and Purchase Decisions.*

# Ulasan Pelanggan, Selebriti Pendukung dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum *Online*

Oleh Annisa Amalia Fitri

## Abstrak

Menjual parfum secara *online* merupakan sebuah tantangan, karena indra yang sebenarnya terlibat yaitu penciuman, tidak dapat diaktifkan melalui platform internet. Namun, penjualan parfum di Tokopedia pada tahun 2022 justru mengalami peningkatan hampir 2,5 kali lipat dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Selain terdapatnya kesenjangan antar penelitian terdahulu antara *online customer review*, *celebrity endorsement* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, belum ditemukan pula penelitian terdahulu dengan kombinasi ketiga variabel di atas dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk meneliti dan membuktikan pengaruh *online customer review*, *celebrity endorsement*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden untuk pengumpulan data. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang pernah melakukan pembelian parfum secara *online*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* menggunakan aplikasi *SmartPLS*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) *Celebrity endorsement* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Persepsi Harga, Selebriti Pendukung dan Ulasan Pelanggan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Jumat, 15 Desember 2023:

Nama : Annisa Amalia Fitri

No.Pokok Mahasiswa : 2010111163

Program : Manajemen S.1

(*Online Customer Review, Celebrity Endorsement dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Online*)  
untuk ~~Lulus~~ / ~~Tidak Lulus~~ \*)

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S. Si., MM., CPM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 15 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga proposal usulan penelitian dengan judul “*Online Customer Review, Celebrity Endorsement, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Online*” ini dapat diselesaikan. Penulisan proposal ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan ujian tingkat sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM selaku dosen pembimbing akademik, Ibu Dr. Miguna Astuti, S. Si, M.M., CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan dukungan berharga, waktu, dan perhatian sehingga penulisan proposal ini dapat diselesaikan, serta segenap jajaran dosen dan staf yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses perkuliahan, terutama dalam proposal ini.

Permohonan maaf penulis sampaikan atas segala kekeliruan yang dapat terjadi pada penulisan proposal ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 15 Desember 2023

Annisa Amalia Fitri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.4 <i>Online Customer Review</i> .....	10
2.1.5 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	12
2.1.6 Persepsi Harga .....	15
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
2.3 Model Penelitian.....	30
2.3.1 <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2 <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3 Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2. Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.1 Jenis Data .....	36
3.3.2 Sumber Data.....	36

3.3.3	Pengumpulan Data .....	37
3.4.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	52
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	52
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis .....	54
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	54
4.3.2	Analisis Data Inferensial.....	60
4.4	Pembahasan .....	71
4.4.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.4.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>75</b>
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>77</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	38
Tabel 5. Skala Likert .....	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks .....	40
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian .....	54
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel Online Customer Review .....	56
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel Celebrity Endorsement .....	57
Tabel 13. Nilai Indeks Variabel Persepsi Harga .....	58
Tabel 14. Loading Factor Outer Model Sebelum Re-Estimasi .....	61
Tabel 15. Loading Factor Outer Model Setelah Re-Estimasi .....	64
Tabel 16. Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	65
Tabel 17. Hasil Cross Loading .....	66
Tabel 18. Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	67
Tabel 19. Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	67
Tabel 20. Hasil R-Square .....	69
Tabel 21. Hasil Q-Square .....	69
Tabel 22. Hasil Uji t-statistik .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Penjualan Tokopedia Kategori Kecantikan.....	2
Gambar 2. Kunci utama saat melakukan keputusan pembelian.....	3
Gambar 3. Model Penelitian Empirik .....	30
Gambar 4. Diagram Rancangan Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	41
Gambar 5. Rancangan Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	42
Gambar 6. Konstruksi Diagram Jalur .....	43
Gambar 7. <i>Online Customer Review</i> Parfum pada Platform Shopee.....	49
Gambar 8. Pemanfaatan <i>Celebrity Endorser</i> pada iklan parfum .....	50
Gambar 9. Variasi Harga Parfum pada Platform Tokopedia .....	51
Gambar 10. <i>Outer Model</i> Sebelum Re-Estimasi.....	61
Gambar 11. <i>Outer Model</i> Setelah Re-Estimasi .....	63
Gambar 12. Ilustrasi Hasil <i>Inner Model</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Data Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3. Karakteristik Data Responden.....	98
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	99
Lampiran 5. Output Outer Model Penelitian.....	102
Lampiran 6. Output Inner Model Penelitian.....	104
Lampiran 7. T-tabel.....	105
Lampiran 8. Turnitin.....	106