



**PENGARUH ULASAN PELANGGAN, *INFLUENCER*, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM
SOMETHINC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI

REGINA RAHMAWATY 2010111036

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

2024



**PENGARUH ULASAN PELANGGAN, *INFLUENCER*, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM
SOMETHINC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI

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

REGINA RAHMAWATY 2010111036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Regina Rahmawaty

NIM. : 2010111036

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

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan,



(Regina Rahmawaty)

PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Regina Rahmawaty
NIM : 2010111036
Fakultas : 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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada *E-Commerce* Shopee

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 : 4 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Regina Rahmawaty)

PENGESAHAN HASIL PENELITIAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH ULASAN PELANGGAN, *INFLUENCER*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM SOMETHINC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

REGINA RAHMAWATY 2010111036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 4 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Dienni Rujatini Sholihah, SE., MM

Ketua Penguji



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si

Penguji I



Suharvati, SE., MM

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Siti Hidayati, SE., MM

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 Januari 2024

The Influence of Customer Reviews, Influencers, and Price on the Purchase Decision Serum Somethinc on E-Commerce Shopee

By Regina Rahmawaty

Abstract

This research is a quantitative study which aims to find out and prove the influence of customer reviews, influencers, and price on the decision to purchase somethinc serum on Shopee e-commerce. Somehinc is a local company operating in the beauty industry. Somethinc was born in May 2019. Somethinc is known for its dedication to creating high-quality skin care products. This research is quantitative research with a total of 100 respondents collected with the help of Google Form. This research uses the SEM-Partial Least Square (PLS) data analysis technique for the SmartPLS 4 application. The results of this research prove that customer reviews have a positive but not significant effect on purchasing decisions, while influencers and price have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Customer Reviews; Influencers; Price; Purchase Decisions.*

Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada *E-Commerce* Shopee

Oleh Regina Rahmawaty

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mana bertujuan guna mengetahui dan membuktikan pengaruh ulasan pelanggan, *influencer*, dan harga terhadap keputusan pembelian serum somethinc pada *e-commerce* Shopee. Somethinc merupakan suatu perusahaan lokal yang bergerak di bidang industri kecantikan. Somethinc lahir pada Mei tahun 2019. Somethinc terkenal karena dedikasinya dalam menciptakan produk-produk perawatan kulit yang berkualitas tinggi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan total responden 100 yang terkumpul dengan bantuan *google form*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM-Partial Least Square (PLS) aplikasi SmartPLS 4. Hasil dari penelitian ini yaitu membuktikan bahwa ulasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *influencer* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Ulasan Pelanggan; *Influencer*; Harga; Keputusan Pembelian.

BERITA ACARA UJIAN



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 Kamis, 4 Januari 2024:

Nama : Regina Rahmawaty

No.Pokok Mahasiswa : 2010111036

Program : Manajemen S.1

(PENGARUH ULASAN PELANGGAN, *INFLUENCER*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM SOMETHINC PADA *E-COMMERCE* SHOPEE)
dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si	Anggota I	2.
3	Suharyati.,SE.,MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 4 Januari 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi sejak September 2023 sampai dengan Desember 2023 yang berjudul **“Pengaruh Ulasan Pelanggan, *Influencer*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Serum Somethinc Pada *E-Commerce* Shopee”**, guna menyelesaikan Program Sarjana Manajemen di FEB UPN Veteran Jakarta

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak selama penyusunan proposal skripsi. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan FEB UPN Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen FEB UPNVJ
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen
4. Ibu Suharyati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing
5. Keluarga tercinta yang memberikan dukungan baik secara mental maupun finansial kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi ini
6. Teman-teman peneliti yang memberikan bantuan serta saran dalam penyusunan proposal skripsi ini

Jakarta, 4 Januari 2024



Regina Rahmawaty

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN HASIL PENELITIAN SKRIPSI	v
ABSTRACK	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Ulasan Pelanggan.....	13
2.1.5 <i>Influencer</i>	14
2.1.6 Harga.....	15
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	16
2.3 Model Penelitian Empiris	24
2.3.1 Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25

2.4	Kerangka Pemikiran.....	26
2.5	Pengembangan Hipotesis	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1	Definisi Operasional	27
3.1.2	Pengukuran Variabel	27
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi Penelitian.....	28
3.2.2	Sampel Penelitian.....	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.3.3	Pengumpulan Data	30
3.4	Teknik Analisis Data	32
3.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	32
3.4.2	Analisis Data Inferensial.....	32
3.4.3	Uji Validitas	33
3.4.4	Uji Reliabilitas	34
3.4.5	Uji Hipotesis	35
BAB IV.....		38
HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	39
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	39
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	41
4.3	Analisis Data Inferensial.....	44
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
4.3.3	Uji Hipotesis.....	51
4.4	Pembahasan.....	52
4.4.1	Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.4.2	Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	55

BAB V.....	57
SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
RIWAYAT HIDUP	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Terbanyak E-Commerce Kuartal 1 2023	1
Tabel 2. Jumlah Penjualan Produk Terlaris 2022 di MarketPlace.....	2
Tabel 3. Penjualan Serum Lokal di E-Commerce Periode September 2022.....	4
Tabel 4. Harga Serum Lokal di Shopee.....	7
Tabel 5. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 6. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 7. Skala Likert	31
Tabel 8. Kisi-Kisi Instrumen	31
Tabel 9. Interpretasi Loading Factor	32
Tabel 10. Tingkat Reliabilitas	35
Tabel 11. Hasil Jawaban Terhadap Keputusan Pembelian	41
Tabel 12. Hasil Jawaban Terhadap Ulasan Pelanggan	42
Tabel 13. Hasil Jawaban Terhadap Influencer.....	43
Tabel 14. Hasil Jawaban Terhadap Harga	43
Tabel 15. Outer Loading	45
Tabel 16. Outer Loading Re-estemasi.....	45
Tabel 17. Avarage Variance Extracted (AVE)	46
Tabel 18. Cross Loading	46
Tabel 19. Uji HTMT	47
Tabel 20. Uji Multikolinearitas	47
Tabel 21. Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 22. Uji R Square	49
Tabel 23. Uji F Square	50
Tabel 24. Uji Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penjualan Produk Serum Somethinc di Shopee	3
Gambar 2. Ulasan Pelanggan Serum Somethinc di Shopee.....	4
Gambar 3. Instagram Pribadi Tasya Farasya.....	6
Gambar 4. Serum Somethinc	6
Gambar 5. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 6. Diagram Jalur	33
Gambar 7. Logo Somethinc	38
Gambar 8. Diagram Jenis Kelamin	40
Gambar 9. Diagram Kategori Usia.....	40
Gambar 10. Gambar Kategori Jurusan.....	41