

# SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN *ONLINE*  
*CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17  
Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

**ARINA VIDIA AYUNINGTYAS**  
**NBI : 1212000018**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN *ONLINE*  
*CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**

**(Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17  
Agustus 1945 Surabaya)**



**Oleh :**

**Arina Vidia Ayuningtyas**

**NBI : 1212000018**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN *ONLINE CUSTOMER*  
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
SCARLETT WHITENING**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :**

**Arina Vidia Ayuningtyas**

**NBI : 1212000018**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Arina Vidia Ayuningtyas  
NBI : 1212000018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : “Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”.

Surabaya, 7 Desember 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



( Drs. Ec. Istiono, MBA.)



## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Tanggal 05 Januari 2024.

### TIM PENGUJI

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM.
2. Drs. Ec. Istiono, MBA.
3. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM.

### TANDA TANGAN

-Ketua .....

- Anggota .....

- Anggota .....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP. 20220.93.0319

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang  
Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arina Vidia Ayuningtyas  
NBI/NPM : 1212000018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

**“PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right). Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 5 Januari 2024

Surabaya, 5 Januari 2024

  
METERAI  
TEMPEL  
BADAL 164068256  
(Arina Vidia Ayuningtyas)

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Arina Vidia Ayuningtyas
2. NBI : 1212000018
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3316055811020001
6. Alamat Rumah : Permata GMR Cluster Jimbaran Blok  
G1/No. 37, Menganti, Gresik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut paut dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 5 Januari 2024



Arina Vidia Ayuningtyas

NBI. 1212000018

## **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan  
Kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan  
tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Wanita berpendidikan tinggi bukan untuk menyaingi laki – laki,  
Tetapi untuk membangun generasi.”



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya dedikasikan kepada kakek dan Almh. nenek tercinta,  
Kakek Soeparno dan Almh. Nenek Supriatien, ketulusannya dari hati atas  
doa yang tak pernah putus dan semangat kasih cinta yang  
tak ternilai. Serta kepada kedua orang tua yang selalu memotivasi,  
sahabat yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini dan  
untuk almamater kebanggaanku  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmatnya, berupa kelancaran, kemudahan, pengalaman, serta kesabaran bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktunya dan mampu bertahan pada setiap kendala yang dihadapi selama penyelesaian skripsi ini. Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya ditujukan kepada :

1. Drs. Ec. Istiono, MBA. Selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing dan memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Kepada kakek dan almh. nenek yang paling berjasa dalam hidup saya, Kakek Soeparno AL dan Almh. Nenek Supriaten. Terimakasih atas segala doa, cinta, motivasi dan semangat yang telah diberikan kepada saya yang tidak ada hentinya diberikan kepada cucunya.

7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Dengan penuh rasa syukur ingin mengucapkan terima kasih kepada kalian yang senantiasa memberikan dukungan.
8. Keluarga besar Cepu yang selalu mendoakan supaya diberikan kemudahan dalam mengerjakan skripsi.
9. Terimakasih kepada teman seperjuangan saya dari awal semester hingga sekarang, venezia, heni, della, fifi, yasinta, diva, indri, dea, dan amalia karena kalian saya selalu semangat untuk menjalani hari – hari.
10. Terimakasih untuk yang bersama saya sekarang *you are the best support system*.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Dengan segala kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Terima kasih.

Surabaya, 5 Januari 2024

Penulis

## RINGKASAN

Fenomena saat ini mencerminkan bagaimana masyarakat, khususnya mahasiswi Program Studi Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, mengadopsi perawatan penampilan fisik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi kosmetik. Banyak dari mereka, terutama wanita, menggunakan produk skincare untuk mencapai standar kecantikan yang diakui oleh orang lain. Dinamika ini menjadi suatu peristiwa menarik untuk diteliti karena diyakini dapat meningkatkan rasa percaya diri wanita dalam berinteraksi dengan masyarakat yang beragam di negara ini. Mahasiswi Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya aktif dalam membeli produk kecantikan guna memenuhi kebutuhan akan penampilan yang menarik. Salah satu produk yang banyak diminati, yaitu "Scarlett Whitening," tidak hanya menawarkan satu jenis produk, melainkan beragam produk perawatan wajah, tubuh, rambut, dan lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menganalisis permasalahan hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lainnya, pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu pendekatan dimana untuk mengetahui adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel variabel bebas atau variabel terikat. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif kuantitatif, menjelaskan suatu fenomena atau populasi yang akan diteliti dengan populasi mahasiswi program Studi Manajemen 655 mahasiswi sampel yang digunakan 87 responden. Jenis data ini dihasilkan secara kuantitatif, yang menggunakan data kuisisioner untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Studi Pada Mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Kesimpulan pada penelitian ini bahwa telah dibuktikan Promosi, Persepsi Harga dan *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga ketika keputusan pembelian mengalami penurunan dapat menekankan pada promosi, harga dan *review* dari para customer yang pernah membeli untuk menimbulkan keputusan pembelian dan meraih keuntungan yang maksimal.

## SUMMARY

*The current phenomenon reflects how society, especially students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya, is adopting physical appearance care by utilizing advances in cosmetic technology. Many of them, especially women, use skincare products to achieve beauty standards recognized by others. This dynamic is an interesting event to study because it is believed to increase women's self-confidence in interacting with diverse communities in this country. Management student at the University of 17 August 1945 Surabaya is active in purchasing beauty products to fulfill the need for an attractive appearance. One of the products that is in great demand, namely "Scarlett Whitening," does not only offer one type of product, but a variety of facial, body, hair and other care products.*

*In this research, researchers used quantitative research. The quantitative approach aims to analyze the problem of the relationship between one variable and another variable. The quantitative approach can be interpreted as an approach to determine the existence of a relationship or influence between the two variables, the independent variable or the dependent variable. This research uses a form of quantitative descriptive research, explaining a phenomenon or population that will be studied with a population of 655 student students from the Management Studies program, a sample of 87 respondents. This type of data is produced quantitatively, using questionnaire data to determine the influence of promotions, price perceptions and online customer reviews on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. Study of female students at the University of 17 August 1945 Surabaya.*

*The conclusion of this research is that it has been proven that Promotion, Price Perception and Online Customer Reviews have a significant positive effect on purchasing decisions, so that when purchasing decisions experience a decline, you can emphasize promotions, prices and reviews from customers who have purchased to generate purchasing decisions and achieve greater profits. maximum.*



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA MAHASISWI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, persepsi harga dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening studi pada mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan populasi 655 mahasiswi Program Studi Manajemen dengan 87 Sampel menggunakan metode kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan program SPSS 25.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda Uji F, Uji T untuk analisis hipotesis, sedangkan pengujian yang lainnya menggunakan uji instrument data yang terdapat uji validitas, uji reliabilitas serta uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel independen bersama – sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil penelitian secara parsial variabel promosi, persepsi harga dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

*Kata kunci : Promosi, Persepsi Harga, Online Customer Review, Keputusan Pembelian.*

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, PRICE PERCEPTIONS, AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS ON SCARLETT WHITENING PRODUCTS (STUDY ON STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM 17 AUGUST 1945 SURABAYA)***

*This research aims to determine the influence of promotional variables, price perceptions and online customer reviews on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. A study of female Management Study Program students at the University of 17 August 1945 Surabaya with a population of 655 Management Study Program students with 87 samples using quantitative methods. Testing was carried out with the SPSS 25 program.*

*The analysis technique used in this research is multiple linear regression F test, T test for hypothesis analysis, while other tests use data instrument tests which contain validity tests, reliability tests and classic assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests. .*

*The research results show that simultaneously all independent variables together have an influence on the dependent variable, namely purchasing decisions. The partial research results show that promotional variables, price perceptions and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decision variables.*

*Keywords: Promotion, Price Perception, Online Customer Review, Purchasing Decision.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen .....	14
2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Pengertian Promosi .....	16
2.1.5 Pengertian Persepsi Harga.....	19
2.1.6 Pengertian <i>Online Customer Review</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	31
2.4 Kerangka Konseptual .....	32
2.5 Rumusan Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35

3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.3.1	Jenis Data .....	36
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling Penelitian.....	37
3.4.1	Populasi .....	37
3.4.2	Sampel dan Teknik Sampling Penelitian .....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1	Kuisisioner .....	40
3.5.2	Studi Pustaka.....	40
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	40
3.7	Definisi Variabel dan Operasional Variabel .....	41
3.7.1	Definisi Variabel .....	41
3.7.2	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.8	Proses Pengolahan Data .....	44
3.9	Metode Analisis Data .....	44
3.10	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	45
3.10.1	Uji Instrumen Data.....	45
3.10.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.10.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.10.4	Teknik Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Deskripsi Data.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	49
4.1.2	Gambaran Umum Perusahaan Scarlett Whitening .....	50
4.2	Hasil Penelitian .....	53
4.2.1	Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.3	Uji Instrumen .....	62
4.3.1	Uji Validitas .....	62
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	64

4.4	Uji Asumsi Klasik .....	64
4.4.1	Uji Normalitas .....	64
4.4.2	Uji Multikolonieritas .....	65
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	66
4.5	Regresi Linier Berganda.....	67
4.6	Teknik Pengujian Hipotesis .....	69
4.6.1	Uji Signifikansi Simultan (F) .....	69
4.6.2	Uji T (Parsial).....	70
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.7.1	Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.7.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.7.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.7.4	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.8	Implikasi Penelitian.....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>77</b>
5.1	Simpulan .....	77
5.2	Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Harga Jual Scarlett Whitening .....	8
Tabel 3.1. Jumlah Populasi .....	37
Tabel 3.2. Skala Likert .....	40
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Produk Scarlett Whitening .....	54
Tabel 4.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	56
Tabel 4.4. Rata – Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X1) .....	57
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2) .....	59
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3) .....	60
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas .....	62
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.9. Uji Normalitas One-Sample KS .....	65
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolonieritas .....	66
Tabel 4.11. Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas .....	66
Tabel 4.12. Hasil Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4.13. Hasil Uji F .....	69
Tabel 4.14. Tabel Hasil Uji T .....	71
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Produk Scarlett Whitening .....	2
Gambar 1.2. 10 Merek Perawatan Tubuh Terlaris Menurut Pangsa Pasar .....	4
Gambar 1.3. Pra Survey Pengguna Scarlett Pada Mahasiswi Prodi Manajemen .....	5
Gambar 1.4. Instagram Scarlett Whitening Untuk Melakukan Promosi .....	6
Gambar 1.5. Instagram Scarlett Whitening Dalam Mengadakan Promo .....	7
Gambar 1.6. <i>Review Customer</i> di Instagram .....	9
Gambar 1.7. <i>Review Customer</i> di marketplace shopee .....	9
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 4.1. Logo Scarlett Whitening .....	50
Gambar 4.2. Produk <i>Body Lotion</i> Scarlett .....	51
Gambar 4.3. Produk <i>Face Care</i> Scarlett .....	51
Gambar 4.4. Produk <i>Hair Care</i> Scarlett .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuisisioner .....	84
LAMPIRAN 2. Surat Permohonan Data Mahasiswi .....	90
LAMPIRAN 3. Karakteristik Responden .....	91
LAMPIRAN 4. Analisis Deskriptif.....	92
LAMPIRAN 5. Data Penelitian .....	94
LAMPIRAN 6. Hasil Uji Validitas .....	98
LAMPIRAN 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	102
LAMPIRAN 8. Uji Asumsi Klasik .....	103
LAMPIRAN 9. Regresi Linier Berganda.....	105
LAMPIRAN 10. Teknik Pengujian Hipotesis.....	105
LAMPIRAN 11. r Tabel.....	107
LAMPIRAN 12. F Tabel.....	108
LAMPIRAN 13. t Tabel.....	109
LAMPIRAN 14. Kartu Bimbingan .....	110
LAMPIRAN 15. Hasil Turnitin .....	111