

**Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*,
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Kosmetik Kecantikan Implora di Sidoarjo**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Tarisa Putri Anggaraini

NBI : 1122000117

**PRODI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*,
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Kosmetik Kecantikan Implora di Sidoarjo**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Tarisa Putri Anggaraini

NBI : 1122000117

**PRODI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tarisa Putri Annggaraini

NBI : 1122000117

Judul : Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan Implora di Sidoarjo

Surabaya, 11 Juli 2024

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 2012.87.0103


Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
NPP. 2012.86.0057

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya dan Dinyatakan Diterima Untuk Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Tanggal 11 Juli 2024.

Dewan penguji

1. Drs. Ute Chairuz M.Nasution, M.S.

Ketua

2. Drs. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Anggota

3. Dra. Awin Mulyati, M.M

Anggota

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 2012.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Tarisa Putri Anggaraini

NIM : 1122000117

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : *Pengaruh Online Customer Review, Brand Trust, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo*

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 11 Juli 2024

Yang :



(Tarisa Putri Anggaraini)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tarisa Putri Anggaraini
NBI : 1122000117
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Online Customer Review, Brand Trust, Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kecantikan Implora Di sidoarjo “

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Pada
Tanggal : 11 Juli 2024



MOTTO

“ KESUKSESAN TIDAK DIUKUR DARI SEBERAPA SERING ANDA JATUH,
TETAPI KESUKSESAN DIUKUR DARI SEBERAPA SERING ANDA
BANGKIT KEMBALI” – VINCE LOMBARDI

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT sang Maha segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND TRUST, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK KECANTIKAN IMPLORA DI SIDOARJO”** Ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memenuhi gelar sarjana administrasi bisnis pada program studi administrasi bisnis fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas 17 agustus 1945 surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banya memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai piha baik secara langsung maupun tidak langsung. Untu itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih ta terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan selaku dosen wali yang telah msemberikan bimbingan dan bantuan selama penulis menempuh studi di universitas 17 agustus 1945 Drs. Ute Chairuz M.Nasution, M.S. dan Drs. Agung Pujiyanto, M.M selaku dosen pembimbing selama pengerjaan skripsi
3. Kedua OrangTua penulis, Munari dan Endang kiswati, untuk mereka berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
4. Saudara tercinta, Fannia Yuning sari , Murtini, dan Afridho Pindi kurniawan, Terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah selama pengerjaan skripsi penulis ini.
5. Alfia Nur Badria, Sahabat terbaik yang sudah selalu menemani pengerjaan penulis selama ini.
6. Sahabat tercinta, Nisa,Anggun,Novida dan Athiyya. Terimakasih atas kenangan yang indah Bersama kalian
7. Keluarga KKN R18, yang sudah memberikan support dan terimakasih sudah memberikan kenangan yang indah
8. Ponakan tercinta, As'ad,Naila,Bella,Aghnia yang sudah menjadi penghibur selama pengerjaan skripsi penulis.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari ata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang di miliki penulis. Oleh karena itu, atas esalah dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritik yang membangun. Terahir, Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 3 Juli 2024
Penyusun,

Tarisa Putri Anggaraini

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the influence of online customer reviews, brand trust, product quality on purchasing decisions for Implora beauty cosmetic products in Sidoarjo. Shopee is a means to find out the results of reviews, trust and quality of an Implora product and can make this Implora product recognized by the public. The higher the product quality, the higher the purchasing decision will be and it can be seen that product quality respondents, such as customer responsiveness, have fulfilled customer desires. This research method uses quantitative research methods. Respondents in this study were 100 respondents from Shopee account followers. The sampling method used was the Purposive Sampling method with the type of technique used being Probability sampling. After that, testing or data processing was carried out using the t test and F test. Thus, the conclusion of this research is that a) There is no influence of online customer reviews on purchasing decisions for Implora beauty cosmetic products in Sidoarjo. b) There is an influence of brand trust on purchasing decisions for Implora beauty cosmetic products in Sidoarjo. c) There is an influence of product quality on purchasing decisions for Implora beauty cosmetic products in Sidoarjo. d) There is an influence of online customer reviews, brand trust, product quality on purchasing decisions for Implora beauty cosmetic products in Sidoarjo.

Keywords: *Online Customer Reviews, Brand Trust, Product Quality, Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo . Shopee sebagai sarana untuk mengetahui hasil review, kepercayaan, dan kualitas dari suatu produk Implora dan bisa menjadikan produk implora ini di kenali oleh kalangan masyarakat. Semakin tinggi kualitas produk maka keputusan pembelian akan semakin tinggi dan terlihat bahwa responden kualitas produk seperti daya tanggap pelanggannya sudah memenuhi keinginan pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Responden dalam penelitian ini terdapat 100 responden dari pengikut akun shopee. Metode dalam pengambilan sampel digunakan metode *Purposive Sampling* dengan jenis teknik yang digunakan adalah *Probability sampling*. Setelah itu dilakukan pengujian atau pengolahan data menggunakan uji t dan uji F. Dengan demikian, dari kesimpulan penelitian ini adalah a) Tidak Terdapat Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo. b) Terdapat Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo. c) Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo. d) Terdapat Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik kecantikan Implora di Sidoarjo.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Brand Trust*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Bauran Pemasaran	17
2.2.3 Promosi.....	20

2.2.4 Online Customer Review	22
2.2.5 Brand Trust.....	25
2.2.6 Kualitas Produk	28
2.2.7 Perilaku Konsumen	31
2.2.8 Keputusan Pembelian	31
2.3 Definisi Konsep.....	36
2.4 Definisi Operasional.....	37
2.4.1 Variabel Independent (X)	37
2.4.2 Variabel Dependet (Y)	38
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	39
2.5.1 Pengaruh Online Customer Review dengan keputusan Pembelian	39
2.5.2 Pengaruh Brand Trust Dengan Keputusan Pembelian	39
2.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Dengan keputusan Pembelian.....	39
2.5.4 Pengaruh Online Customer Review, Brand Trust, Kualitas produk Dengan keputusan pembelian	40
2.6 Kerangka Dasar Berpikir.....	40
2.7 Hipotesis.....	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	44
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	45
3.3.1 Skala Pengukuran	45
3.3.2 Instrumen Penelitian	46
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	47
3.4.1 Jenis Data	47
3.4.2 Sumber Data	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47

3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.6.3 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Penyajian Data	53
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	53
4.1.2 Karakteristik Reispodein	55
4.1.3 Uji Instrumen.....	58
4.2 Tabulasi data	61
4.2.1 Tabulasi Data Variabel Online customer review (X1)	61
4.2.2 Tabulasi Data Variabel Brand Trust (X2)	65
4.2.3 Tabulasi Data Variabeil Kualitas Produk (X3).....	70
4.2.4 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	74
4.2.5 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel.....	79
4.3. Analisis Data	87
4.3.1 Pengujian Asumsi Klasik	87
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	92
4.3.3 Uji Hipotesis.....	93
4.4. Pembahasan.....	97
4.4.1 Pengaruh Online customer review Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik kecantikan implora	97
4.4.1 Peingaruh <i>Brand Trust</i> Teirhadap Keiputusan Peimbeilian Produk kosmeitik keicantikan implora.....	98
4.4.2 Peingaruh Kualitas produk Teirhadap Keiputusan Peimbeilian Produk kosmeitik keicantikan implora.....	98
4.4.4 Peingaruh Kualitas produk Teirhadap Keiputusan Peimbeilian Produk kosmeitik keicantikan implora.....	99

BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Rekomendasi	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir	41
Tabel 3. 1 Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Interval Kelas	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data Variabel Online Review (X1).....	61
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Data Variabel Brand Trust (X2).....	65
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Variabel Kualitas Produk (X3).....	70
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4. 11 Interval Rata-rata Skor Interval Alternatif	79
Tabel 4. 12 Hasil Analisa Rata-rata Variabel Online Customer Review (X1).....	79
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Rata-rata Variabel Brand Trust (X2)	81
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (X3)	83
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
Tabel 4. 16 Hasil Tabulasi Masing-masing Variabel	87
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolonieritas	89
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linieritas Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4. 21 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 4. 22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4. 23 Hasil Uji t Online Customer Review.....	94
Tabel 4. 24 Hasil Uji F	96
Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Review Produk Implora.....	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Lipcream Implora 16-30 Mei 2022	2
Gambar 4. 1 Logo Implora.....	54
Gambar 4. 2 Akun Shopee Implora.....	54
Gambar 4. 3 Produk Kosmetik Implora	54
Gambar 4. 4 Uji Scatterplot.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	110
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	128
Lampiran 4 Output SPSS	130
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	135
Lampiran 6 Turnitin	137
Lampiran 7 Lembar Revisi.....	138