

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kepercayaan dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian maskara maybelline di *marketplace* shopee pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian maskara maybelline di *marketplace* shopee pada masyarakat di Kabupaten Kebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis pertama variabel Promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa variabel Kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa variabel *Online Customer Review* secara parsial mempunyai terhadap Keputusan Pembelian. Hasil hipotesis keempat variabel promosi, kepercayaan dan *online customer review* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square diperoleh 0,272 artinya 27,2% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel Promosi, Kepercayaan dan *Online Customer Review* sedangkan sisanya 72,8% (100%-27,2%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Promosi, Kepercayaan dan *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of promotion, trust and online customer reviews on the decision to purchase Maybelline mascara in the Shopee marketplace in the community in Kebumen Regency. The sample data taken in this research are consumers who purchased Maybelline mascara in the Shopee marketplace on the community in Kebumen Regency, numbering 100 as respondents. Instruments or data collection tools in the research This is using a questionnaire/questionnaire. The data analysis tool used in this research is using multiple linear regression analysis. The data analysis techniques used validity test, reliability test, t test, F test, linear regression analysis. multiple. The data was analyzed with the help of the SPSS Release 25 for Windows program. The results of this research conclude that the first hypothesis is that the promotion variable partially has influence on purchasing decisions. The result of the second hypothesis is that the Trust variable partially has an influence on Purchasing Decisions. The results of proving the third hypothesis are that the Online Customer Review variable partially influences purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that promotion, trust and online customer reviews simultaneously have an influence on purchasing decisions. The Adjusted R Square coefficient of determination value obtained is 0.272, meaning that 27.2% of purchasing decisions are influenced by the Promotion, Trust and Online Customer Review variables while the remaining 72.8% (100%-27.2%) is caused by other variables that are not in the research This*

**Keywords: Promotion, Trust and Online Customer Reviews, and Purchasing Decisions**

## HALAMAN MOTTO

Jangan ubah dirimu hanya agar mereka menyukaimu. Hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu.

- *Eka Rahmawati* -



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa restu kasih sayang untuk saya.
2. Segenap keluargaku yang selalu mendampingi dan memotivasi saya
3. Segenap teman-teman manajemen yang telah memberi semangat
4. Dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya dari awal sampai akhir.
5. Seluruh Responden atau konsumen yang melakukan pembelian pada maskara maybelline yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi dapat diselesaikan.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MASCARA MAYBELLINE DI *MARKETPLACE SHOPEE*”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta beberapa bantuan literatur, namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya penulis di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

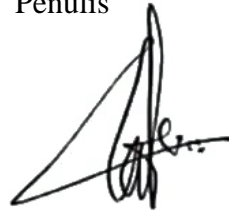
1. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membatu keberlangsungan penulisan skripsi ini.

4. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi dari awal sampai akhir.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 31 Januari 2024

Penulis



**Eka Rahmawati**  
NIM. 205504243



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Batasan Masalah .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1. Tinjauan Teori.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.1. Keputusan Pembelian .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1.2. Promosi.....</b>	<b>32</b>
<b>2.1.3. Kepercayaan .....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.4. <i>Online Customer Review</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>2.2. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>45</b>
<b>2.3. Hubungan Antar Variabel .....</b>	<b>48</b>
<b>2.4. Model Empiris .....</b>	<b>51</b>

2.5. Hipotesis .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	54
3.2. Variabel Penelitian.....	55
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	55
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	59
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.6. Populasi dan Sampel .....	62
3.7. Teknik Analisis .....	64
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	64
3.7.2 Analisis Statistika .....	64
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1. Analisis Deskriptif.....	74
4.2. Analisis Statistik .....	80
4.3. Pembahasan .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>97</b>
5.1. Simpulan .....	97
5.2. Keterbatasan.....	98
5.3. Implikasi.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Observasi Presentase Membeli Secara <i>Online</i> dan <i>offline</i> .	4
Tabel I.2	Rata-rata kunjungan <i>e-commerce</i> kuartal 1 Januari-Maret 2023 .....	5
Tabel I.3	<i>Top Brand Make Up Product</i> Terbaik Indonesia .....	7
Table I.4	<i>Top brend index</i> kategori produk maskara 2020-2022.....	8
Table I.5	Penjualan Produk Maybelline di Shopee 2021 .....	9
Table I.6	Hasil Observasi Pembelian Produk Maskara di Kabupaten Kebumen .....	10
Table I.7	Faktor Pengaruh Pembelian Maskara Maybelin di shopee	11
Tabel II-1	Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel III-1	Indikator Keputusan Pembelian Pada Kuesioner .....	56
Tabel III-2	Indikator Promosi Pada Kuesioner .....	57
Tabel III-3	Indikator Kepercayaan Pada Kuisioner .....	58
Table III-4	Indikator <i>Online Customer Review</i> Pada Kuesioner .....	59
Tabel IV-1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat .....	75
Tabel IV-2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel IV-3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Beli .....	78
Tabel IV-4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel IV-5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan /Bulan ...	79
Tabel IV-6	Hasil Uji Validitas Variabel X1.....	81
Tabel IV-7	Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	81
Tabel IV-8	Hasil Uji Validitas Variabel X3.....	82
Tabel IV-9	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	83
Tabel IV-11	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel penelitian .....	85
Tabel IV-12	Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel penelitian.....	86
Tabel IV-13	Hasil Uji Normalitas Variabel penelitian .....	86
Tabel IV-14	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
Tabel IV-15	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	89
Tabel IV-16	Hasil Uji Hipotesis Simultan (f).....	92
Tabel IV-17	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	92

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar II-1 Model Empiris .....</b>	<b>52</b>
--	-----------



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuisisioner .....	106
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kuisisioner .....	108
Lampiran 3 Data Responden .....	110
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden .....	113
Lampiran 5 <i>Output</i> SPSS Uji Validitas .....	117
Lampiran 6 Lampiran Uji Reliabilitas .....	119
Lampiran 7 Uji Asumsi Clasik .....	120
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda .....	121
Lampiran 9 r Tabel .....	122
Lampiran 10 t Tabel .....	125
Lampiran 11 F Tabel .....	128
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi .....	131
Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi .....	132

