

HALAMAN MOTTO

“Langkah kecil hari ini adalah langkah awal dari pencapaian besar nanti”

“Jangan pernah merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya
masing-masing”

(Q.S Maryam:4)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Neli Hermaningsih dan Bapak Maryono yang selalu mendukung serta memberikan saya doa yang terbaik untuk saya.
2. Kepada diri sendiri, terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini. Tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga dan kakak saya satu-satunya (Hermawan Saputra) yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya.
4. Kepada sahabat saya Hanny, Meva, Fina, Ratna, Arifin, Yusuf, Elys dan teman-teman terdekat saya yang telah menemani dalam suka dan duka. Terimakasih selalu mengingatkan, mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
5. Kepada teman seperjuangan Manajemen 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah.
6. Para dosen yang telah tanpa pamrih memberikan pengarahan serta bimbingan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada produk Cushion Skintific di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu perempuan minimal umur 17 tahun di Kabupaten Kebumen yang membeli dan menggunakan produk Cushion Skintific. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling yaitu teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan kuesioner dan diuji dengan teknik analisis statistik uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hipotesis diuji menggunakan program *SPSS 25 for windows*. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, *brand image* dan *online custoer review* melalui uji persial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Cushion Skintific. Sementara itu, melalui uji simultan didapatkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Cushion Skintific.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Brand Image and Online Customer Review on Purchasing Decisions on Cushion Skintific products in Kebumen Regency. The population in this study were women aged at least 17 years in Kebumen Regency who purchased and used Cushion Skintific products. Sampling in this study used non-probability sampling, namely purposive sampling technique with a sample size of 100 respondents. The data used in this study are primary data obtained from the results of respondents' answers collected by questionnaire and tested using statistical analysis techniques of validity, reliability, classical assumption tests and multiple linear regression analysis. The hypothesis was tested using the SPSS 25 for windows program. The results of this study concluded that product quality, brand image and online customer reviews through partial tests have a significant influence on purchasing decisions on Cushion Skintific products. Meanwhile, through simultaneous tests, it was found that together they had a significant effect on purchasing decisions on Cushion Skintific products.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Online Customer Review, and Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CUSHION SKINTIFIC DI KABUPATEN KEBUMEN”**. 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 didapat 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 fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya.

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membantu keberlangsungan penulisan skripsi ini.
6. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi dari awal sampai akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah Pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 22 Juli 2025

Penulis

Devi Mardiana Ningsih
NIM 215504439

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1. Kualitas Produk.....	20
2.1.2. <i>Brand Image</i>	25
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	27
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Hubungan Antar Variabel	33
2.4. Model Empiris.....	35
2.5. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38

3.1. Objek dan Subjek Penelitian	38
3.2. Variabel Penelitian	38
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	44
3.6. Populasi dan Sampel	46
3.7. Teknik Analisis.....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Analisis Deskriptif.....	60
4.2. Analisis Statistik.....	64
4.3. Pembahasan	77
BAB V SIMPULAN	80
5.1. Simpulan.....	80
5.2. Keterbatasan	81
5.3. Implikasi	82
5.3.1 Implikasi Praktis	82
5.3.2 Implikasi Teoritis	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Penjualan Cushion Skintific.....	5
Tabel I. 2 Data Penjualan Cushion Skintific	6
Tabel I. 3 Hasil Observasi.....	8
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III. 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel III. 2 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel III. 3 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Image.....	41
Tabel III. 4 Indikator dan Dustribusi Variabel Online Customer Review	42
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	64
Tabel IV. 4 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk	65
Tabel IV. 5 Hasil Uji Variabel Brand Image	66
Tabel IV. 6 Hasil Uji Variabel Online Customer Review	66
Tabel IV. 7 Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel IV. 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian	68
Tabel IV. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel IV. 10 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel IV. 12 Hasil Uji Persial (Uji t)	74
Tabel IV. 13 Hasil Uji Simultan (Uji f)	76
Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan di Indonesia	2
Gambar I. 2 Data Cushion Foundation Terbaik	4
Gambar II. 1 Kerangka Terotis	35
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	90
Lampiran 2 Data Responden	94
Lampiran 3 Data Tabulasi	99
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	102
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	106
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	109
Lampiran 8 R tabel	111
Lampiran 9 T Tabel	114
Lampiran 10 F Tabel	117
Lampiran 11 Kartu Seminar	120
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	121