

HALAMAN MOTTO

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. PERCAYA PROSES itu yang paling penting, karena Allah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit“

Edwar Satria



HALAMAN PERSEMBAHAN

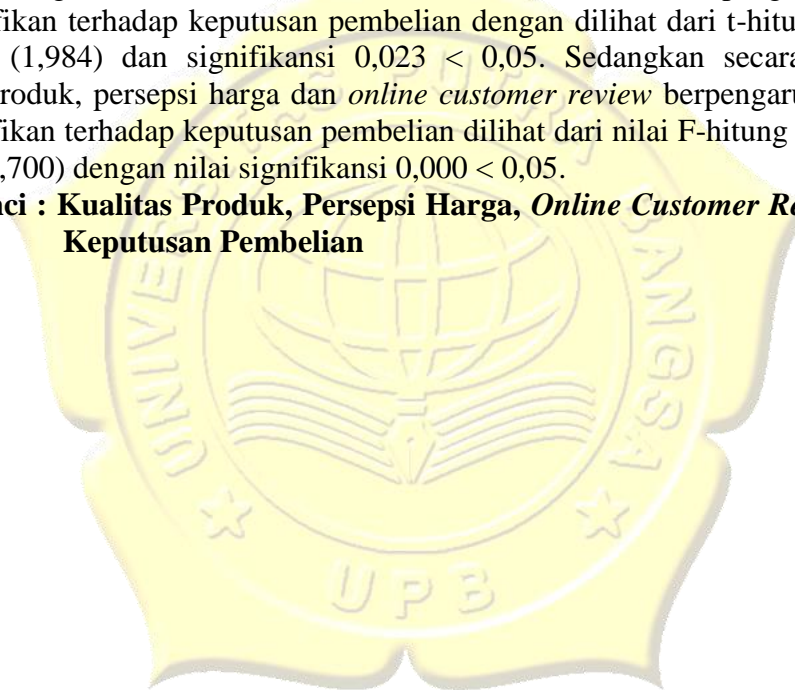
Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya serta dukungan dari orang-orang tercinta sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, dengan rasa bangga karya sederhana (Skripsi) ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya tersayang dan tercinta, yang selalu mendoakan dalam diam, memberi dukungan tanpa henti, serta menjadi alasan saya untuk terus berjuang hingga sampai di titik ini.
2. Kakak saya tercinta yang selalu mendukung saya dan selalu mengusahakan saya untuk hidup yang lebih baik hingga bisa sampai pada titik ini.
3. Bapak/Ibu dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu baru dan saran yang dapat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Keluarga dan saudara saya yang telah mendukung saya dan ikut mendoakan saya.
5. Adik saya, Kongsy, Aurel, Septi, Mutoharoh, Nana, Adinda, Arum, Warda, Retno, dan sahabat serta teman saya yang tidak dapat saya sebutkan namanya yang sudah banyak membantu dan menemani saya dalam proses perkuliahan.
6. Semua pihak yang membantu saya dalam proses penulisan skripsi dari awal sampai akhir.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *sunscreen* Wardah pada marketplace Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli *sunscreen* Wardah pada marketplace Shopee. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu probality dengan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SPSS for windows version 25.0* Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dilihat dari t-hitung (2,772) > t-tabel (1,984) dan signifikansi $0,007 < 0,05$, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dilihat dari t-hitung (4,821) > t-tabel (1,984) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dilihat dari t-hitung (2,304) > t-tabel (1,984) dan signifikansi $0,023 < 0,05$. Sedangkan secara simultan kualitas produk, persepsi harga dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari nilai F-hitung (28,819) > F-tabel (2,700) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

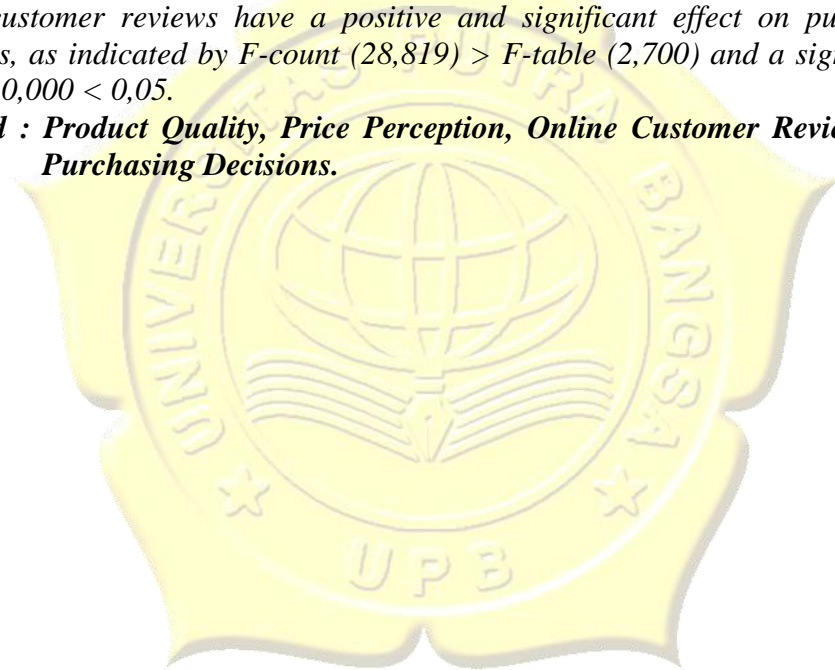
Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Online Customer Review, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influencer of product quality, price perception, and online customer review on purchasing decisions for Wardah sunscreen products on the the shopee marketplace. The population in this study consists of consumers who have purchased Wardah sunscreen products on shopee. the sampling method used is probability sampling with a purposive sampling technique, involving 100 respondents. This research is quantitative in nature. The data analysis method employed is multiple linear regression, using SPSS for windows 25.0. The results of this study indicate partially, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, as evidenced by $t\text{-count} (2,772) > t\text{-table} (1,984)$ and significance value of $0,007 < 0,05$. Price perception also has a positive and significant effect on purchasing decisions, with $t\text{-count} (4,821) > t\text{-table} (1,984)$ and a significance value of $0,000 < 0,05$. Similiarly, online customer riviws have a positive and significant effect on purchasing decisions, with $t\text{-count} (2,304) > t\text{-table} (1,984)$ and a significance value of $0,023 < 0,05$. Simultaneously, product quality, price perception, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, as indicated by $F\text{-count} (28,819) > F\text{-table} (2,700)$ and a significance value of $0,000 < 0,05$.

Keyword : Product Quality, Price Perception, Online Customer Reviews, and Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Swt, atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen Wardah* Pada *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa tidak sedikit kendala yang telah saya hadapi. Namun berkat bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, SE.Sy., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta selalu memberikan arahan dan bimbingan terhadap penulis.
2. Kedua orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan doa dan dukungan.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan skripsi ini.
6. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan yang telah banyak membantu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kesalahan dan ketidak sempurnaan penulisan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan pengetahuan.

Kebumen, 20 April 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Evnie Shokhfatus Samawathi' with a stylized flourish at the end.

Evnie Shokhfatus Samawathi

NIM 225504787

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUD.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Grand Theory	14
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.3.	Kualitas Produk.....	21
2.1.4.	Persepsi Harga.....	25
2.1.5.	<i>Online Customer Review</i>	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel	40
2.4.	Model Empiris	42
2.5.	Hipotesis.....	43
	BAB III	44
	METODE PENELITIAN.....	44
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	44
3.1.1.	Objek Penelitian.....	44
3.1.2.	Subjek Penelitian	44
3.2.	Variabel Penelitian	44
3.2.1.	Variable <i>Dependent</i>	45
3.2.2.	Variable <i>Independent</i>	45
3.3.	Definisi Operasional Variabel	45
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1.	Jenis Data.....	50
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.6.1.	Populasi.....	52
3.6.2.	Sampel.....	52
3.7.	Teknik Analisis.....	54
3.7.1.	Teknik Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2.	Teknik Analisis Kuantitatif.....	54
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	60

BAB IV	65
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Analisis Deskriptif.....	65
4.1.1. Gambaran Umum <i>Sunscreen</i> Wardah.....	65
4.1.2. Karakteristik Responden	66
4.2. Analisis Statistik.....	70
4.2.1. Uji Validitas	71
4.2.2. Uji Reliabilitas	73
4.2.3. Asumsi Klasik.....	74
4.2.4. Regresi Linear Berganda.....	77
4.2.5. Uji Hipotesis	79
4.3. Pembahasan	83
BAB V	90
SIMPULAN	90
5.1. Simpulan.....	90
5.2. Keterbatasan	91
5.3. Implikasi.....	91
5.3.1 Implikasi Praktis	92
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Data 10 Sunscreen Terlaris di Marketplace Shopee.....	3
Tabel I - 2 Data Hasil Observasi Pengaruh Keputusan Pembelian Pada Produk Sunscreen Wardah Di Kabupaten Kebumen.....	4
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Persepsi Harga.....	48
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Online Customer Review	49
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi.....	69
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	70
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	71
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	72
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Online Customer Review	72
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	74
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel IV- 11 Uji Normalitas	77
Tabel IV- 12 Hasil Regresi Linier Berganda	77
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	80
Tabel IV- 14 Hasil Regresi Uji F	82
Tabel IV- 15 Hasil Uji Regresi Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Data 10 Brand Sunscreen Terlaris di E-Commerce.....	2
Gambar II- 1 Theory Of Planned Behavior.....	15
Gambar II- 2 Model Empiris.....	42
Gambar IV- 1 Uji Heterokedastisitas	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	105
Lampiran 2 Kuesioner.....	106
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	111
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner.....	114
Lampiran 5 Uji Validitas.....	116
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 7 Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 8 Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 9 Uji Hipotesis.....	121
Lampiran 10 Tabel r.....	122
Lampiran 11 Tabel t.....	126
Lampiran 12 Tabel F.....	129
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	132
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi.....	133

