

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA
(Studi Kasus Konsumen Wardah Di Wilayah Jakarta Timur)

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON THE DECISION TO PURCHASE WARDAH PRODUCTS IN THE SHOPEE INDONESIA APPLICATION
(A Case Study of Wardah Consumers In East Jakarta)

Oleh:

Muhammad Furqon Febriyanto

2021410006

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI APLIKASI SHOPEE INDONESIA
(Studi Kasus Konsumen Wardah Di Wilayah Jakarta Timur)


THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON THE DECISION TO PURCHASE WARDAH PRODUCTS IN THE SHOPEE INDONESIA APPLICATION
(A Case Study of Wardah Consumers In East Jakarta)

Oleh:

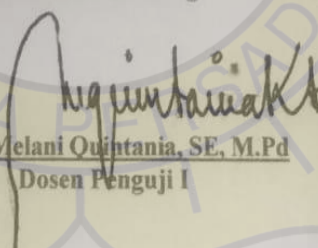
Muhammad Furqon Febriyanto
2021410006

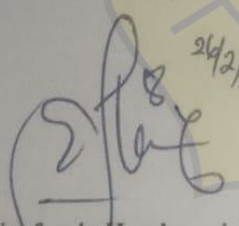
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 13 Februari 2026
Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 13 Februari 2026



Shenda Aprilia Christanti, SE, M.B.A

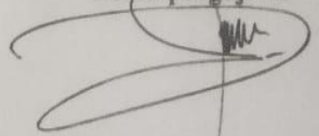
Dosen Pembimbing


Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd
Dosen Penguji I


Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM
Dosen Penguji II


Dr. Sukardi, SE., M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


Shenda Aprilia Christanti, SE, M.B.A
Dosen penguji III


Dedi Damhudi, SE., M.M
Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Furqon Febriyanto

NIM : 2021410006

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Aplikasi Shopee Indonesia (Studi Kasus Konsumen Wardah Di Wilayah Jakarta Timur).

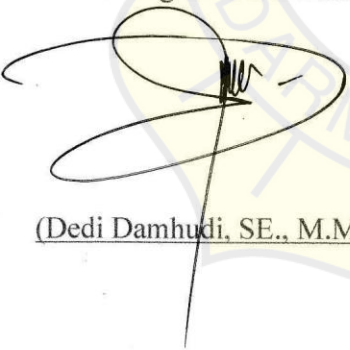
Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Mengetahui,

Jakarta, 29 Januari 2026

Ketua Program Studi Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing


(Dedi Damhudi, SE., M.M)


(Shenda Aprilia Christanti, SE., M.B.A)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Furqon Febriyanto

NIM : 2021410006

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Aplikasi Shopee Indonesia (Studi Kasus Konsumen Wardah Di Wilayah Jakarta Timur), yang dibimbing oleh ibu Shenda Aprilia Christanti, SE, M.B.A adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 23 Januari 2026

Yang membuat pernyataan

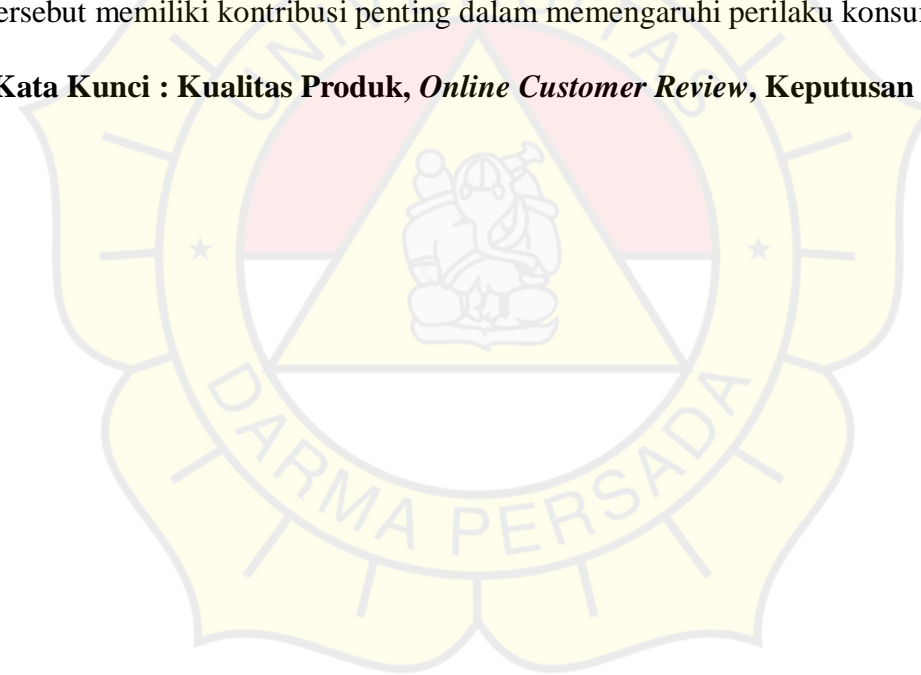


Muhammad Furqon Febriyanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Wardah di platform *e-commerce* Shopee, khususnya pada konsumen yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur. Latar belakang penelitian ini berangkat dari perubahan perilaku konsumen di era digital, di mana ulasan pelanggan dan persepsi terhadap kualitas produk menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data diperoleh dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Shopee, baik secara parsial maupun simultan. Kesimpulannya, kedua variabel tersebut memiliki kontribusi penting dalam memengaruhi perilaku konsumen.

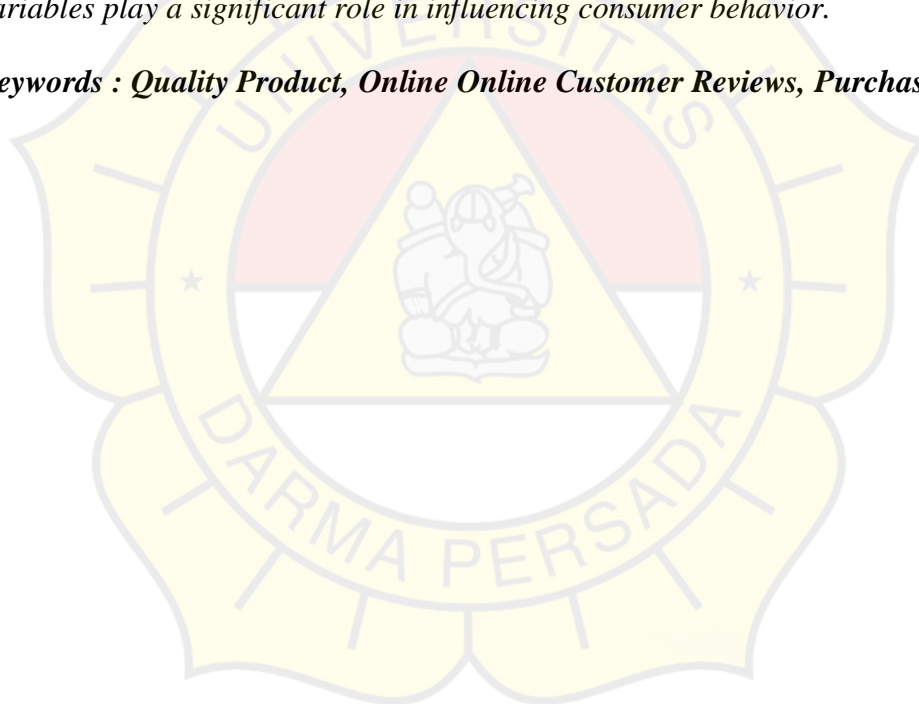
Kata Kunci : Kualitas Produk, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality and online customer reviews on purchasing decisions for Wardah products on the Shopee e-commerce platform, specifically among consumers residing in East Jakarta. The background of this research stems from changes in consumer behavior in the digital era, where customer reviews and perceptions of product quality have become key factors in determining purchasing choices. This study used a quantitative approach with an associative approach. Data were obtained from 100 respondents through an online questionnaire using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression with the aid of SPSS version 25 software. The results indicate that product quality and online customer reviews have a positive and significant influence on purchasing decisions for Wardah products on Shopee, both partially and simultaneously. In conclusion, both variables play a significant role in influencing consumer behavior.

Keywords : Quality Product, Online Online Customer Reviews, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Aplikasi Shopee Indonesia (Studi Kasus Konsumen Wardah Di Wilayah Jakarta Timur)”**.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib yang ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa di dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan mudah terwujud tanpa adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Shenda Aprilia Christanti, SE, M.B.A selaku dosen pembimbing pada skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sukardi, SE., M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dedi Damhudi, SE., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak/ Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dalam membantu proses belajar selama masa perkuliahan

dan juga kepada para staf Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.

5. Untuk semua keluarga terutama kedua orang tua penulis, yang tidak pernah lelah untuk memberikan motivasi, semangat, doa serta dukungan moral. dan selalu membantu dan mendukung keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk semua teman-teman seperjuangan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Angkatan 2021 yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas dukungan dan juga memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa akan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi ilmu Pengetahuan.

Jakarta, 23 Januari 2026

Penulis



Muhammad Furqon Febriyanto

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERNGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Berlakng Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.2.3 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.4 Kualitas Produk	16
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	17
2.1.6 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Yang digunakan.....	28
3.2 Waktu dan Operasional Variabel	29
3.3 Operasional Variabel.....	29
3.3.1 Variabel Bebas (<i>Variabel Independen</i>)	29
3.3.2 Variabel Terikat (<i>Variabel Dependen</i>)	30
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	35
3.4.1 Sumber Data.....	35
3.4.2 Cara Penentuan Data.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Rancangan Analisis dan Hipotesis.....	41
3.6.1 Rancangan Analisis	41
3.6.2 Uji Keabsahan Data.....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.6.4 Alat dan Analisis Data	46
3.6.5 Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Wardah.....	52
4.1.2 Arti Nama Wardah	53
4.2 Karakteristik Responden	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	56
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	57
4.3.1 Kualitas Produk	57
4.3.2 <i>Online Customer Review</i>	69
4.3.3 Keputusan Pembelian	78

4.4 Uji Keabsahan Data.....	87
4.4.1 Uji Validitas	87
4.4.2 Uji Reliabilitas	90
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	91
4.5.1 Uji Normalitas.....	91
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	92
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	93
4.5.4 Uji Autokorelasi	94
4.6 Alat dan Analisis Data.....	95
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
4.6.2 Koefisien Korelasi (R) dan Korelasi Determinasi (R ²)	96
4.7 Uji Hipotesis	97
4.7.1 Uji Parsial (t).....	98
4.7.2 Uji Simultan (F)	100
4.8 Pembahasan	101
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.8.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Halaman

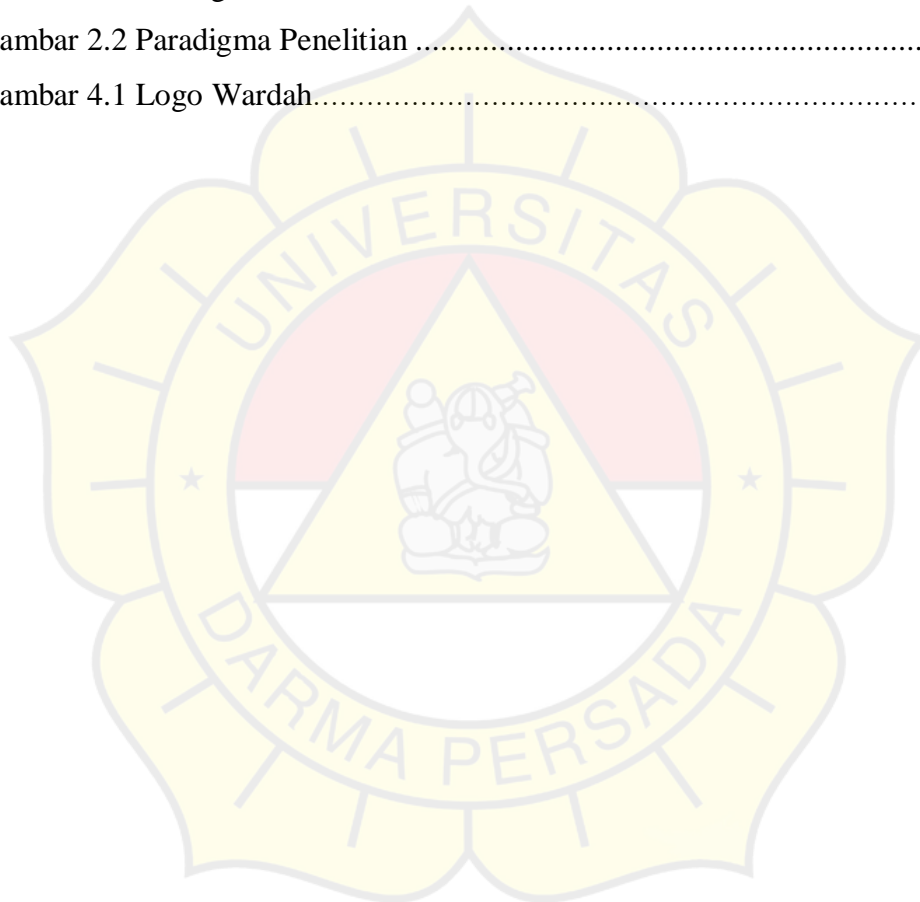
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Penilaian Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 3.3 Skala Interval	41
Tabel 3.4 Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1.....	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2.....	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3.....	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4.....	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5.....	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6.....	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7.....	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8.....	64
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9.....	65
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10.....	66
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11.....	67
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12.....	68
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13.....	69
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14.....	70
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15.....	71
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16.....	72
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17.....	73
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18.....	74

Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 19.....	75
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 20.....	76
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21.....	77
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22.....	78
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23.....	79
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24.....	80
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25.....	81
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26.....	82
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27.....	83
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28.....	84
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29.....	85
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30.....	86
Tabel 4.36	Hasil Uji Validitas	88
Tabel 4.37	Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4.38	Hasil Uji Normalitas.....	91
Tabel 4.39	Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel 4.40	Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel 4.41	Hasil Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.42	Hasil Penelitian Regersi Linear Berganda.....	96
Tabel 4.43	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	97
Tabel 4.44	Hasil Parameter Uji Parsial (t)	98
Tabel 4.45	Hasil Parameter Uji Simultan (F).....	100

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Data Rating Produk Kecantikan di Shopee.....	2
Gambar 1.3 Review Produk Wardah di Shopee.....	4
Gambar 1.4 Data Penjualan Produk Wardah.....	5
Gambar 1.5 Data Produk Wardah Paling Laris Di Shopee.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	27
Gambar 4.1 Logo Wardah.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden	116
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	125
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Online Customer Review</i>	128
Lampiran 5 Tabulasi Data Keputusan Pembelian	131
Lampiran 6 Nilai T Tabel.....	134
Lampiran 7 Nilai F Tabel.....	137
Lampiran 8 Nilai R Tabel.....	140
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas.....	143
Lampiran 10 Hasil Reliabilitas	144
Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Klasik	145
Lampiran 12 Hasil Alat Analisis Data	147
Lampiran 13 Hasil Penyebaran Kuesioner	148
Lampiran 14 Catatan Kosultasi Bimbingan Skripsi	150
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	151