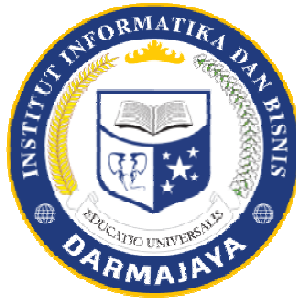


**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK
MAYBELINE DI SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh:

Khofifah Parawansyah

2012110208

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK
MAYBELINE DI SHOPEE**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada
Program Studi Manajemen



Oleh:

Khofifah Parawansyah

2012110208

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2024



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 6 Maret 2024

Khofifah Parawansyah
NPM. 2012110208

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 6 Maret 2024 di ruang F 3.6 telah diselenggarakan ujian skripsi dengan judul PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK MAYBELINE DI SHOPEE untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI bagi mahasiswa

Nama : Khulifah Parawansyah

NIM : 2012110208

Program Studi : Manajemen

Telah dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status
1. Muhammad Saputra, S.E., M.M	Penguji 1
2. Cahyani Pratisti, S. Pi., M.BA	Penguji 2

Disetujui Oleh :

Pembimbing,

Ketua Program Studi

Novita Sari S.Sos.,M.M
NIK. 01071104

Muhammad Rafiq, S.E., M.Si
NIK. 00440402

RIWAYAT HIDUP

Nama : Khofifah Parawansyah
NPM : 2012110208
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : islam
Alamat rumah : JL.Ikan bawal Gg wahid LK III, Rt 016/00 kel
Kangkung kec Bumi waras, Bandar Lampung
Nomor telepon : 087895143998
Email : khofifahprwsyh@gmail.com

Pendidikan:

1. Tahun 2006 menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak (TK) dari Masjid Agung Al-Ikhlas Teluk Betuk Bandar Lampung
2. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan Madrasah ibtidaiyah (MI) dari Mi Al-Khairiyah Kangkung
3. Tahun 2015 menyelesaikan pendidikan sekolah menengah pertama dari SMP ISLAMIAH BANDAR LAMPUNG
4. Tahun 2018 menyelesaikan pendidikan sekolah menengah kejuruan dari SMK PLUS PGRI 1 CIBINONG, KABUPATEN BOGOR

PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya Puji syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW, utusan Allah yang membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi:

Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ibu Darisah dan Bapak Muksin. Terimakasih untuk kedua orang tua saya yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh cinta dan kasih, serta kesabaran hingga

saat ini, memberikan motivasi, dukungan, doa yang tak pernah putus, dan nasihat serta kata kata yang sering dilontarkan “anak ibu dan bapak pasti bisa, anak kuat, permata hati ibu dan bapak, jantung hati ibu dan bapak , selalu libatkan Allah SWT dalam keadaan apapun” menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anak nya untuk mencapai cita-citanya. Terima Kasih sekali lagi saya ucapkan untuk Bapak dan Ibu atas kesabaran yang tiada batas, semoga ALLAH SWT mengganti dengan surga-nya kelak.

Kepada cinta kasih kedua saudara-saudara saya, Indra Ali Muklis dan Muhammad Kelvin. Terima kasih atas segala doa, motivasi, kesabaran dan usaha kalian yang telah diberikan kepada kakak pertama ini.

Terimakasih untuk Dosen pembimbing saya Ibu Novita Sari S.Sos.,M.M yang telah membimbing saya menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan,semoga selalu sehat dan di permudahkan segala urusan dan rezekinya.

Untuk sahabat saya yang sudah saya anggap sebagai kakak saya Putri Arisky Maulidiyah, serta Keluarga besar Bapak Dede Haeri dan Neneng Pratiwi, dan masih banyak lagi

yang tidak bisa saya sebutkan. Terimakasih untuk suport, motivasi, doa, dan menemani hari-hari saya baik susah maupun senang.

Diri saya sendiri, Khofifah Parawansyah atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini, terimakasih telah berjuang dan bertahan sesulit apapun itu. Terakhir. Almamater ku Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya yang telah memberikan

banyak kenangan dan wawasan untuk menjadikan saya pribadi yang Baik.

MOTTO

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi, dan saya menang”

(Salam saya Khofifah Parawansyah)

"Education is bitter but the fruit is sweet."

(Pendidikan itu pahit tapi buahnya manis)

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang pintar, tapi orang yang gigih dan pantang menyerah.” - Susi Pudjiastuti.

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK MEREK MAYBELINE DI SHOPEE

Oleh:

Khofifah Parawansyah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen Lipstik Merek Maybeline di Shopee. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling* maka diperoleh 100 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa *brand image* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian lipstik merek Maybeline di Shopee.

Kata Kunci: *Brand Image, Online Consumer Review Dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND ONLINE CONSUMER REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS FOR MAYBELINE BRAND LIPSTICK AT SHOPEE

By:

Khofifah Parawansyah

This study aims to determine the effect of brand image and online consumer review on purchasing decisions for Maybeline brand lipstick at Shopee. The type of research used is quantitative research. The population selected in this study were consumers of Maybeline Brand Lipstick at Shopee. The sampling method used in this study was nonprobability sampling using purposive sampling technique, so 100 respondents were obtained. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the analysis state that brand image and online consumer reviews on purchasing decisions for Maybeline brand lipstick at Shopee.

**Keywords: Brand Image, Online Consumer Review and Purchasing
Decisions**

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang maha esa. Karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik - baiknya. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. R.Z. Abdul Aziz, S.T., M.T., Ph.D, selaku Rektor Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.
2. Bapak Dr. Sutedi, S.Kom., M.T.I, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Riset Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
3. Bapak Ronny Nazar S.E., M.M, selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Keuangan Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
4. Bapak Muprihan Thaib S.Sos., M. M, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
5. Ibu Aswin S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
6. Bapak Muhammad Rafiq S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
7. Ibu Novita Sari S.Sos.,M.M, selaku dosen pembimbing skripsi
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama Program Studi Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusun dalam pembelajaran.
9. Seluruh angkatan manajemen yang selalu mendukung dan selalu bekerja bersama-sama dalam menyelesaikan tugas skripsi serta seluruh pihak yang telah membantu penyusun baik secara langsung maupun tidak langsung
10. Almamaterku IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Semua ini tidak luput dari keterbatasan penulis, terutama dalam membuat suatu karya tulis. Adanya kekurangan tersebut tidak menutup kemungkinan timbulnya kritik serta saran dari berbagai pihak dan hal ini memang sangat penulis harapkan sehingga akan lebih memberikan pengetahuan kepada penulis yang jauh lebih baik untuk kesempurnaan tulisan dimasa yang akan datang.

Bandar Lampung, 6 Maret 2024

Penulis,
Khofifah Parawansyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Bagi Peneliti	11
1.5.2 Bagi Institusi	11
1.5.1 Bagi Perusahaan	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.2 Keputusan Pembelian	14
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.2.2 Tahapan Keputusan Pembelian	15
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Brand Image	17
2.3.1 Pengertian Brand Image	17
2.3.2 Tahapan Brand Image.....	18
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image	19

2.3.4 Indikator Brand Image.....	19
2.4 Online Consumer Review.....	20
2.4.1 Pengertian Online Consumer Review	20
2.4.2 Syarat Online Consumer Review	21
2.4.3 Indikator Online Consumer Review	22
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.7 Hipotesis Penelitian.....	25
2.7.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.7.2 Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.7.3 Pengaruh Brand Image Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Sumber Data	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Variable Penelitian	29
3.5.1 Variabel Penelitian Independen	29
3.5.2 Variabel Penelitian Dependen.....	29
3.6 Definisi Operasional Variabel	30
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Normalitas Sampel.....	31
3.8.2 Uji Linearitas Sampel.....	32
3.8.3 Uji Multikolinearitas Sampel	32
3.9 Metode Analisis Data	33
3.9.1 Regresi Linear Berganda.....	33
3.10 Pengujian Hipotesis	34
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t).....	34
3.10.2 Uji Simultan (Uji-F).....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskripsi Data	36
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	40

4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	41
4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel	41
4.3.2 Hasil Uji Linieritas Sampel	42
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas	42
4.4 Hasil Analisis Data	43
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	44
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	45
4.5 Pembahasan	46
4.5.1 Pembahasan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.5.2 Pembahasan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.5.3 Pembahasan Brand Image Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran	49
5.2.1 Bagi Perusahaan	49
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Lipstik Merek Maybeline Di Shopee	6
1.2 Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen Untuk Melakukan Keputusan Pembelian Lipstik Merek Maybeline Di Shopee	7
1.3 Data Review Merek Lipstik Maybeline	9
2.1 Penelitian Terdahulu	23
3.1 Skala Pengukuran Likert	28
3.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.3 Interpretasi Nilai r	31
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2 Responden Berdasarkan Usia	36
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.4 Hasil Jawaban Responden Brand Image	37
4.5 Hasil Jawaban Responden Online Consumer Review	38
4.6 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian	39
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel	40
4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel	41
4.9 Hasil Uji Normalitas	41
4.10 Hasil Uji Linearitas	42
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	43
4.12 Persamaan Regresi Linear Berganda	43
4.13 Hasil Uji Hasil Uji Model Summary	44
4.14 Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t)	44
4.15 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Pendapatan Produk Kecantikan Dan Perawatan Di Indonesia Tahun 2018-2022.....	2
1.2 Persentase Tempat Tempat Membeli Kosmetik Tahun 2022	3
1.3 Jumlah Kunjungan Lima Situs E-Commerce Terbesar Di Indonesia	3
1.4 Data Sales Revenue Kosmetik Bibir Periode April-Juni 2022 Di Shopee	5
1.5 Top Brand Index Lipstik Maybeline Tahun 2019-2023	8
2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
2.2 Kerangka Penelitian	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner Penelitian
Lampiran	II	Hasil Jawaban Kuisisioner
Lampiran	III	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran	IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran	V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran	VI	Hasil Uji Normalitas
Lampiran	VII	Hasil Uji Linearitas
Lampiran	VIII	Hasil Uji Multikolinearita
Lampiran	IX	Hasil Uji Regresi Berganda