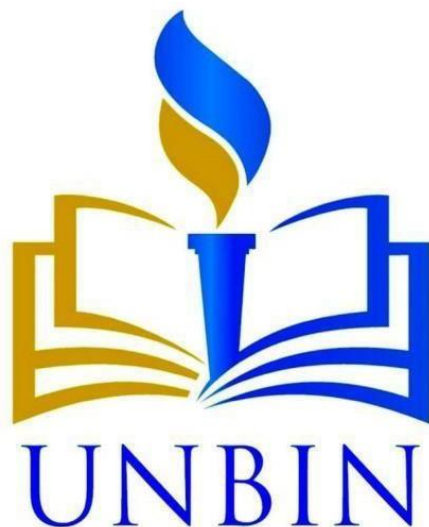


**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
TONER WHITELAB**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**PIDA ZAKIAH
NPM S1-19200036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pida Zakiah
NPM : 19200036
Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Toner Whiteblab

Disetujui:

Dosen Pembimbing

Sumardjono, S.E., M.M

Dosen Penguji:

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Syarief Gerald P, SE., MM., M.Si., M.Ak

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

Mengetahui:

Ketua Program Studi

DEKAN

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat tuhan yang maha esa, karena dengan izin-nya sehingga penulisan proposal dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER WHITELAB”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program studi manajemen, program sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Peneliti berterima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E.M.M, Selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak Selaku Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom Selaku Wakil Rektor II Dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeritas Binaniaga Indonesia
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M Selaku Ketua Program Studi

4. Bapak Sumardjono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan tentang teknik penulisan skripsi ini
5. Bapak/Ibu Dosen Serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat baik kepada penulis
6. Riska Handayani Yang Telah Membantu dan Memberikan Semangat Dalam Proses Pembuatan Skripsi.
7. Fikri Hasan R, Jakaria Sageri, Ufidatul Khasanah dan Eka Ayu A Yang telah Menemani Selama Proses Perkuliahan dan Skripsi.
8. Ria Irawan Dan Muhamad Hafiz Telah Membantu Pembuatan Skripsi
9. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Dan Ibu Serta Adik-Adik Tercinta Saa Yang Telah Memberikan Doa Serta Dukungan Sampai Akhir Proses Perkuliahan Ini
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia Atas Kebersamaanya Selama Ini

Akhirnya, Penulis Berharap Semoga Skripsi Ini Bermanfaat Bagi Banyak Pihak Terutama Bagi Penulis Sendiri Dalam Rangka Pengembangan Pendidikan Di Masa Kini Dan Masa Yang Akan Datang.

Bogor, September 2024

Pida Zakiah
NPM 19200036

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	20
C. Batasan Masalah	21
D. Rumusan Masalah	22
E. Tujuan Penelitian	23
F. Manfaat Penelitian	23
G. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
A. Kajian Teori	26
B. Penelitian Terdahulu	48
C. Kerangka Berpikir	58
D. Hipotesis Penelitian.....	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	62
A. Metode Penelitian.....	62
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	63
C. Variabel Penelitian	63
D. Operasional Variabel.....	64
E. Populasi Dan Sampel.....	66
F. Jenis Dan Sumber Data	68
G. Teknik Analisis Data	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82

A. Tentang Perusahaan.....	82
B. Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN	135

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Harga Skincare Toner Brightening Di Toko Online Dan Offline	6
Tabel 2 Hasil Pra Survei Persepsi Harga	7
Tabel 3 Hasil Pra Survei Online Customer Review	10
Tabel 4 Pra Survei Keputusan Pembelian	12
Tabel 5 Research Gap Persepsi Harga dan <i>Online customer review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
Tabel 6 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 7 Operasional Variabel.....	64
Tabel 8 Skala Likert.....	69
Tabel 9 Interval Kelas	71
Tabel 10 Ringkasan Pedoman Umum Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural ..	81
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan	88
Tabel 15 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 1	88
Tabel 16 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 2	89
Tabel 17 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 3	90
Tabel 18 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 4	90
Tabel 19 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 5	91
Tabel 20 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 6	91
Tabel 21 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 7	92
Tabel 22 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 8	92
Tabel 23 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 9	93
Tabel 24 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 10	94

Tabel 25 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 11	94
Tabel 26 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian 12	95
Tabel 27 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 1	95
Tabel 28 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 2	96
Tabel 29 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 3	97
Tabel 30 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 4	97
Tabel 31 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 5	98
Tabel 32 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 6	98
Tabel 33 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 7	99
Tabel 34 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 8	99
Tabel 35 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 9	100
Tabel 36 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 10	101
Tabel 37 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 11	101
Tabel 38 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga 12	102
Tabel 39 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 1	102
Tabel 40 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 2	103
Tabel 41 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 3	104
Tabel 42 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 4	104
Tabel 43 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 5	105
Tabel 44 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 6	106
Tabel 45 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 7	106
Tabel 46 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 8	107
Tabel 47 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 9	107
Tabel 48 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 10.....	108
Tabel 49 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 11.....	109
Tabel 50 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 12.....	109
Tabel 51 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 13.....	110
Tabel 52 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 14.....	110
Tabel 53 Distribusi Frekuensi Online Customer Review 15.....	111

Tabel 54 Hasil Loading Faktor.....	113
Tabel 55 Hasil Average Variant Extracted (AVE).....	115
Tabel 56 Nilai Cross Loading.....	116
Tabel 57 Hasil Uji Reliabilitas	118
Tabel 58 Hasil Uji R-Square	120
Tabel 59 Hasil Uji Hipotesis	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Penjualan Skincare Di Indonesia	1
Gambar 2 Data Pengunjung E-Commerce Tahun 2023.....	2
Gambar 3 Kategori Penjualan Terlaris Di Shopee	3
Gambar 4 7 Top Toner Terbaik Di E-Commerce.....	4
Gambar 5 Perbandingan Penjualan Produk Skincare Serupa di Shopee dengan Harga yang Berbeda.....	5
Gambar 6 Review Toner Whitelab E-Commerce Shopee	9
Gambar 7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	29
Gambar 8 Kerangka Pemikiran	59
Gambar 9 Indikator Reflektif	73
Gambar 10 Model Penelitian SEM-PLS	74
Gambar 11 Indikator Reflektif Dan Gambaran Outer Model	76
Gambar 12 Evaluasi Model Pengukuran.....	77
Gambar 13 Inner Model	79
Gambar 14 Evaluasi Model Struktural	79
Gambar 15 Logo Whitelab.....	84
Gambar 16 Hasil Pengujian Outer Loading	112
Gambar 17 Hasil Uji Hipotesis	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	136
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah	144
Lampiran 3 Hasil Outer Loading	153
Lampiran 4 Hasil Discriminant Validity	155
Lampiran 5 Hasil Construct Reliability dan Validity	157
Lampiran 6 Hasil Pengujian Inner Model	158