

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ULASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CUSHION SKINTIFIC DI E-COMMERCE
(STUDI KASUS KONSUMEN KOTA BOGOR)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICE AND
CONSUMER REVIEWS ON THE PURCHASING DECISION
OF SKINTIFIC CUSHION IN E-COMMERCE
(CASE STUDY CONSUMERS OF BOGOR CITY)***

Oleh

**DINI RAHMAWATI
61201021009001**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ULASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CUSHION SKINTIFIC DI E-COMMERCE
(STUDI KASUS KONSUMEN KOTA BOGOR)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICE AND
CONSUMER REVIEWS ON THE PURCHASING DECISION
OF SKINTIFIC CUSHION IN E-COMMERCE
(CASE STUDY CONSUMERS OF BOGOR CITY)***

Oleh

**DINI RAHMAWATI
61201021009001**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ULASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CUSHION SKINTIFIC DI E-COMMERCE
(STUDI KASUS KONSUMEN KOTA BOGOR)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICE AND
CONSUMER REVIEWS ON THE PURCHASING DECISION
OF SKINTIFIC CUSHION IN E-COMMERCE
(CASE STUDY CONSUMERS OF BOGOR CITY)***

Oleh

**DINI RAHMAWATI
61201021009001**

SKRIPSI

Telah disahkan dan di setujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 18 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0131017804

Drs.Henky Hendrawan,M.M.,M.Si
NIDN/NUPTK: 0416076506

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN/NUPTK: 2017065701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN ULASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CUSHION SKINTIFIC DI E-COMMERCE
(STUDI KASUS KONSUMEN KOTA BOGOR)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICE AND
CONSUMER REVIEWS ON THE PURCHASING DECISION
OF SKINTIFIC CUSHION IN E-COMMERCE
(CASE STUDY CONSUMERS OF BOGOR CITY)***

Oleh

**DINI RAHMAWATI
61201021009001**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 18 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Sandi Noorzaman, S.Si,M.M
NIDN/NUPTK: 0027117708

Maya Andini Kartikasari,S.P, M.M
NIDN/NUPTK: 0422068302

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Drs.Henky Hendrawan, M.M.M.Si
NIDN/NUPTK: 0416076506

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dini Rahmawati
NIM : 61201021009001
No. KTP : 3271036112020005
Alamat : Jalan Kartini, RT 03/RW 02, Kelurahan Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, 16124.

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific di E-Commerce(Studi kasus Konsumen Kota Bogor). Ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri bukan hasil karya orang lain (*plagit*).
2. Memberi ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengarsipkan, serta menyebarluaskan karya tulis ini sebagai bentuk bagian dari dokumen resmi akademik dan pengetahuan ilmiah di lingkungan kampus dan public.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, dan saya siap bertanggung jawab baik secara ilmiah, hukum, maupun administrasi.

Depok, 18 Juli 2025

Dini Rahmawati

Nama Lengkap: Dini Rahmawati

NIM : 61201021009001

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific di E-Commerce (Studi Kasus Konsumen Kota Bogor)

ABSTRAK

Cushion Skintific merupakan produk makeup berbentuk foundation padat yang kini populer di kalangan anak muda. Selain sebagai alas bedak, produk ini mengandung bahan aktif seperti niacinamide, centella asiatica, dan hyaluronic acid sehingga berfungsi sekaligus sebagai perawatan kulit. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian Cushion Skintific di e-commerce dengan studi kasus konsumen Kota Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode kuesioner dan analisis Regresi Linear Berganda pada 100 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 60,3% keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, dan ulasan konsumen, sementara 39,7% dipengaruhi faktor lain. Uji F membuktikan ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($F_{hitung} 51,147 > F_{tabel} 2,70$). Uji T menunjukkan kualitas produk ($T_{hitung} 2,968$), harga (2,562), dan ulasan konsumen (4,449) berpengaruh signifikan, dengan ulasan konsumen sebagai faktor dominan dalam keputusan pembelian.

ABSTRACT

Cushion Skintific is a makeup product in the form of a compact foundation that has recently gained popularity, particularly among young people. In addition to functioning as a foundation, this product contains active ingredients such as niacinamide, centella asiatica, and hyaluronic acid, which also serve as skincare. This study aims to determine the influence of product quality, price, and consumer reviews on the purchase decision of Cushion Skintific in e-commerce, with a case study of consumers in Bogor City. The research employs a quantitative approach using questionnaires and multiple linear regression analysis on 100 respondents selected through purposive sampling. The results show that 60.3% of purchasing decisions are explained by product quality, price, and consumer reviews, while the remaining 39.7% are influenced by other factors. The F-test indicates that these three variables simultaneously have a significant effect on purchasing decisions ($F\text{-value } 51.147 > F\text{-table } 2.70$). The T-test results show that product quality ($T\text{-value } 2.968$), price (2.562), and consumer reviews (4.449) significantly affect purchasing decisions, with consumer reviews being the dominant factor.

Keywords: Cushion Skintific, Product Quality, Price, Consumer Reviews, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cushion Skintific di E-Commerce (Studi Kasus: Konsumen Kota Bogor)”. Penelitian ini di susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Manajemen STIE GICI.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara konsumen dalam berbelanja. E-commerce menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, termasuk dalam kategori produk kecantikan. Cushion Skintific sebagai salah satu produk yang populer, oleh karena itu penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian, seperti kualitas produk, harga dan ulasan dari konsumen lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen di Kota Bogor serta memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi pelaku usaha.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari berbagai keterbatasan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi serta mendukung dalam penyelesaian penelitian ini, terutama kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M sebagai pembimbing yang telah memberikan dan arahan yang sangat berharga.

5. Kepada mahasiswa Angkatan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita dan sahabat dekat saya yang telah support selama masa penulisan laporan magang ini.
6. Ayahanda Dading serta Ibunda Rosita yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta bagi para pelaku industri kecantikan dalam memahami perilaku konsumen.

Depok, 18 Juli 2025

Dini Rahmawati

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	5
1.5.1 Maksud Penelitian.....	5
1.5.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	7
2.1.3 Harga.....	9
2.1.4 Ulasan Konsumen.....	10
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	15
2.4 Hipotesis.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	17
3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	18
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	18
3.4.1 Populasi.....	18
3.4.2 Sampel.....	19
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	21
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	22
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	24

3.7 Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran.....	25
3.7.2 Persamaan Regresi.....	26
3.7.3 Uji Kualitas Data.....	27
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7.5 Uji Hipotesis.....	29
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.2 Karakteristik Responden.....	33
4.1.3 Tanggapan Responden.....	36
4.1.4 Uji Kualitas Data.....	44
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.1.6 Uji Hipotesis.....	51
4.1.7 Pengaruh Dominan	53
4.2 Pembahasan	53
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
 DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	17
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3. Angka Penafsiran.....	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	36
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Harga.....	38
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Ulasan Konsumen.....	40
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.6. Uji Validitas Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.7. Uji Validitas Harga.....	44
Tabel 4.8. Uji Validitas Ulasan Konsumen	45
Tabel 4.9. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.11. Kolmogorov-Smirnov.....	48
Tabel 4.12. Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.13. Uji Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.14. Uji Simultan(F)	52
Tabel 4.15. Uji Parsial(T)	53
Tabel 4.16. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Brand Kecantikan Terbaik di E-Commerce.....	2
Gambar 1.1. Diagram Kenaikan Penjualan dibanding Kompetitor.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 3.1. Jadwal Penelitian.....	21
Gambar 4.1. Histogram.....	47
Gambar 4.2. P-plott.....	47
Gambar 4.3. Hasil Grafik Heteroskedastisitas.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.1. Kuesioner.....	62
Lampiran.2. Tabulasi Data.....	66
Lampiran.3. Hasil Output Uji Validitas dan Uji Reabilitas	67
Lampiran.4. Hasil Output Uji Asumsi klasik dan Uji Hipotesis.....	71
Lampiran.5. Kartu Bimbingan	75
Lampiran.6. Daftar Riwayat Hidup.....	76
Lampiran.7. Plagiarisme	77