

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU ANLENE DI SHOPEE**
(Studi pada Konsumen di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana
Manajemen S1

JIHAN NABILA
2002010073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU ANLENE DI SHOPEE
(Studi pada Konsumen di Purwokerto)**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

JIHAN NABILA

2002010073

Diterima dan disetujui oleh:

Pembimbing



Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 2160183

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Jihan Nabila
NIM : 2002010073
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Promosi, Kepercayaan, *Online Customer Review*
dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene
di Shopee (Studi Pada Konsumen di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D

Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si.

Anggota 2 : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc.

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Asoc. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Nabila
NIM : 2002010073
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya penulis dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini penulis buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, penulis bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Jihan Nabila

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jihan Nabila
Nim : 2002010073
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-free*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Promosi, Kepercayaan, *Online Customer Review* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Susu Anlene di Shopee
(Studi Pada Konsumen di Purwokerto)**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan atau (*database*), merawat dan mempublikasikan akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Pengakuan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Purwokerto

Pada tanggal : 25 Januari 2024



Jihan Nabila

MOTTO

“Kesuksesan yang besar dimulai dari langkah yang kecil”

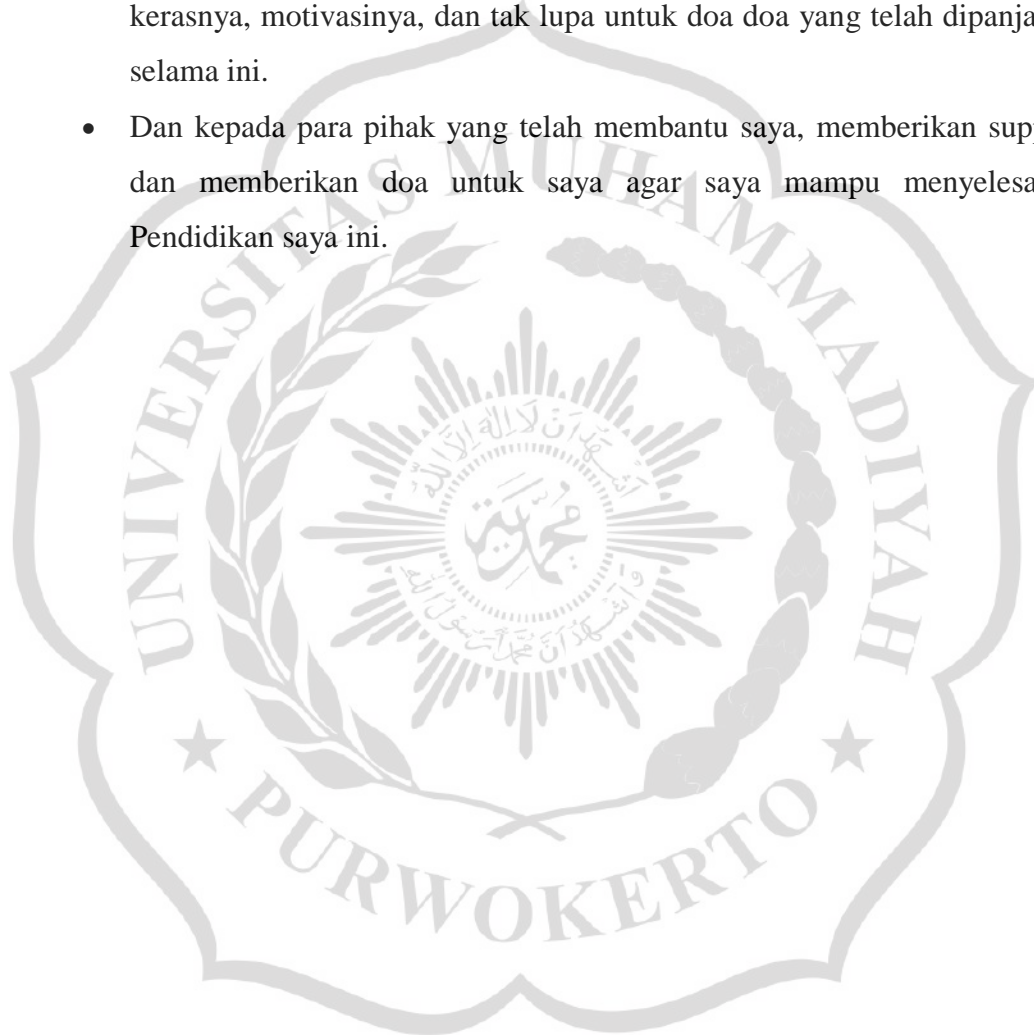
“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.” (Q.S Al-Zalzalah: 7)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Bapak dan Ibu Saya (Bapak Akhmad Khambali dan Ibu Darwati) sebagai tanda bakti, hormat, tanda sayang, dan tentunya tanda terimakasih saya yang tak terhingga atas semua dukungan dan kasih sayang untuk saya, serta kerja kerasnya, motivasinya, dan tak lupa untuk doa doa yang telah dipanjatkan selama ini.
- Dan kepada para pihak yang telah membantu saya, memberikan support, dan memberikan doa untuk saya agar saya mampu menyelesaikan Pendidikan saya ini.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat karunia dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, masukan, dorongan semangat, doa, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S. Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si. selaku dosen penguji 1 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.
6. Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji 2 serta dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen dan juga yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bantuan dalam bentuk layanan informasi dan fasilitas selama menjalani proses perkuliahan.
7. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan dan segala bantuan dalam bentuk fasilitas layanan yang telah diberikan.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Akhmad Khambali dan Ibu Darwati atas segala kasih sayang, yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang diberikan baik moral maupun materil, sehingga penulis dapat berjuang meraih mimpi dan kesuksesan serta segala hal baik lainnya demi membahagiakan kalian berdua.
9. Sudara laki-laki penulis yaitu Ady Prabowo yang sudah membantu banyak proses perkuliahan penulis dari pendaftaran hingga selesai kuliah.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen yang sudah membantu penulis menghadapi berbagai kendala dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata harapan penulis semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Amin

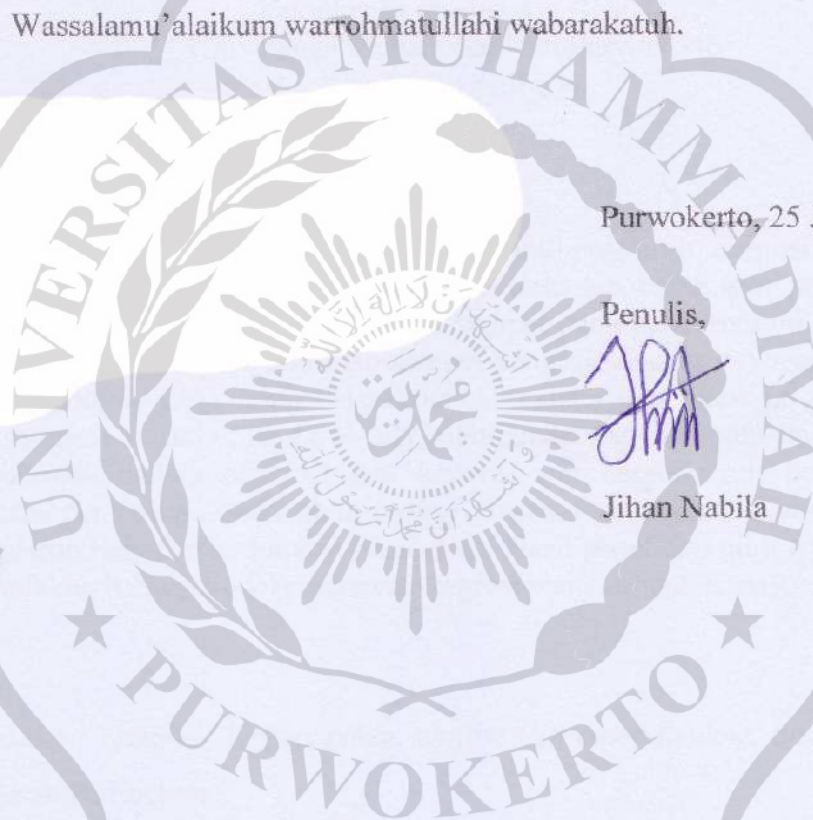
Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Penulis,



Jihan Nabila



PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU ANLENE DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN DI PURWOKERTO)

Jihan Nabila¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jihannabila472@gmail.com

Herni Justiana Astuti²
Fakultas Ekonomo dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
herni99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kepercayaan, *online customer review* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian susu Anlene di Shopee. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 105 dengan berbagai kriteria yang telah disyaratkan. Analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian dengan menggunakan uji t (parsial) membuktikan bahwa promosi dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *online customer review* dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian uji F (*goodness of fit*) menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria cocok (*fit*).

Kata kunci : Promosi, Kepercayaan, *Online Customer Review*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, TRUST, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO
PURCHASE ANLENE MILK ON SHOPEE
(AT MILK ANLENE CONSUMER IN PURWOKERTO)**

Jihan Nabila¹

Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Purwokerto
Jihannabila472@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of Purwokerto
herni99@gmail.com

ABSTRACT

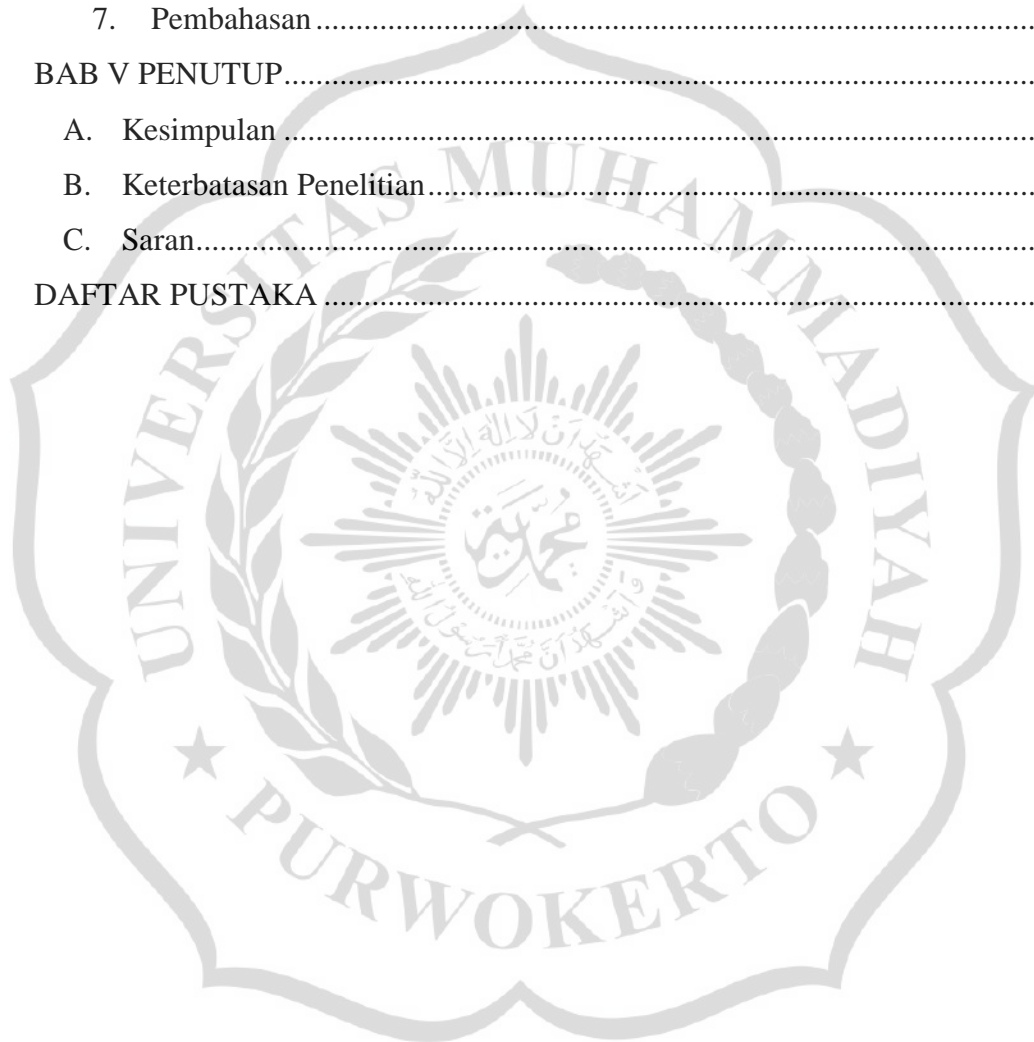
This study aims to examine the influence of promotion, trust, online customer reviews and brand image on purchasing decisions for Anlene milk at Shopee. The study used purposive sampling method. The number of samples used was 105 with various criteria that been required. This study using multiple linear regression analysis. The results of research using the t test (partial) prove that promotion and trust have a positive effect on purchasing decisions. However, online customer reviews and brand image have no influence on purchase decisions. The results of the F test (goodness of fit) show that the regression equation model formed meets the fit criteria.

Keywords: Promotion, Trust, Online Customer Reviews, Brand Image and Purchase Decisions.

DAFTAR ISI

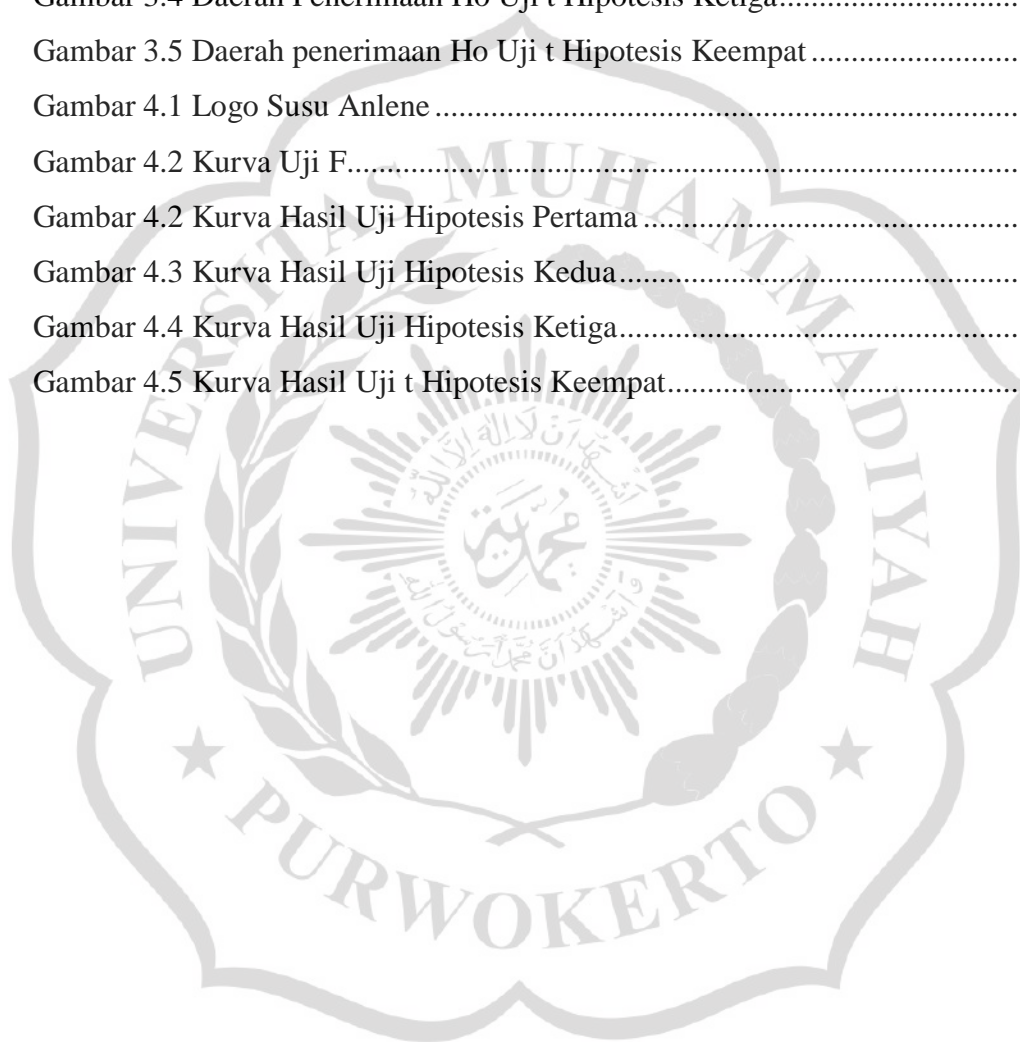
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel.....	41
C. Metode Pengumpulan Data.....	43
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Definisi Operasional.....	44
F. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57

A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Susu Anlene	57
2. Response Rate	58
3. Gambaran Umum Responden.....	59
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	62
5. Uji Instrumen Penelitian.....	71
6. Uji Kecocokan Model.....	81
7. Pembahasan	89
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian.....	95
C. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	53
Gambar 3.2 Daerah penerimaan Ho Uji t Hipotesis Kesatu	54
Gambar 3.3 Daerah penerimaan Ho Uji t Hipotesis Kedua	54
Gambar 3.4 Daerah Penerimaan Ho Uji t Hipotesis Ketiga.....	55
Gambar 3.5 Daerah penerimaan Ho Uji t Hipotesis Keempat	56
Gambar 4.1 Logo Susu Anlene	58
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	84
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji Hipotesis Pertama	85
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji Hipotesis Kedua.....	86
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji Hipotesis Ketiga.....	87
Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Keempat.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Top Brand Susu Bubuk Berkalsium Tahun 2019-2023.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i>	59
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Varian Rasa.....	61
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Beli Perbulan.....	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Promosi	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Kepercayaan	65
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	67
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	69
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X1).....	72
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X2).....	73
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3)	73
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X4)	74
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Berganda	80
Tabel 4.22 Tabel Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.23 Hasil Uji F (<i>Goodnes Of Fit</i>)	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2: Data Responden.....	110
Lampiran 3: Hasil Statistik Karakteristik Responden.....	113
Lampiran 4: Data Variabel.....	115
Lampiran 5 :Hasil Statistik Deskriptif Variabel.....	129
Lampiran 6 :Hasil Output SPSS Uji Validitas	131
Lampiran 7 :Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas	135
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 9 :Hasil Output SPSS Uji Analisis Regresi Berganda dan Uji t.....	139
Lampiran 10 :Uji Kecocokan Model.....	140
Lampiran 11 :r tabel.....	141
Lampiran 12 :F tabel.....	147
Lampiran 13 :t tabel.....	153