



**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ONLINE CUSTOMER  
REVIEW*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING  
PADA OFFICIAL SHOP SCARLETT WHITENING  
DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SCARLETT  
WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**

**Skripsi**

**Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

**KHUSNA MAFAZA**

201911350

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2024**



**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *ONLINE CUSTOMER  
REVIEW*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING  
PADA OFFICIAL SHOP SCARLETT WHITENING  
DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SCARLETT  
WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh:

**KHUSNA MAFAZA**

201911350

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ONLINE CUSTOMER  
REVIEW, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING  
PADA OFFICIAL SHOP SCARLETT WHITENING DI  
SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SCARLETT  
WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**


Nama : Khusna Mafaza  
NIM : 2019-11-350  
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....


Pembimbing I

Pembimbing II

  
(Dr. Supriyono, S.E., M.M)  
NIDN. 0614037104

  
(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)  
NIDN. 0619108502

Mengetahui  
Ketua Program Studi

  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ONLINE CUSTOMER  
REVIEW, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING  
PADA OFFICIAL SHOP SCARLETT WHITENING DI  
SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SCARLETT  
WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**


Nama : Khusna Mafaza  
NIM : 2019-11-350  
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Pembimbing I


  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

  
(Dr. Suprivono, S.E., M.M)  
NIDN. 0614037104

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II

  
  
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN.0616077304

  
(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)  
NIDN. 0619108502

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*“You have done a good job, taking care of yourself, mentally, physically. Karena ketika kamu sudah merawat diri dengan baik, kamu pasti merawat orang lain yang kamu cintai dengan baik juga. So well done keep going it. Thank you for being kind to yourself.”*

“Tiap kali kamu merasa hidupmu berat, ingatlah bahwa kendali hidupmu tak berada dalam genggamannya, ia berada dalam kendali Allah yang mengatakan :

“BagiKu semua itu mudah” Qs. Maryam : 9”

(Ustadzah Halimah Alaydrus)

### PERSEMBAHAN:

1. Abah (Alm) dan Umi
2. Keempat Kakak saya
3. Kesebelas ponakan saya
4. Teman saya

## KATA PENGANTAR

Allhamdullilahirobbilallamin segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, *Online Customer Review* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli produk Skincare Scarlett Whitening pada Official Shop Scarlett Whitening di Shopee (Studi pada konsumen Scarlett Whitening di Kabupaten Kudus)” sampai dengan selesai. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis bertempat di Universitas Muria Kudus.

Penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik secara menyeluruh, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.

4. Dr. Supriyono, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing. Terimakasih telah meluangkan waktu dan membimbing dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV. Selaku Dosen pembimbing. Terimakasih telah meluangkan waktu dan membimbing dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Superhero dan panutanku Almarhum H. Noor Chasan, seseorang yang biasa saya panggil abah dalam petuahnya selalu menjadi obat saat saya ingin menyerah. Allhamdulillah putri kecilmu telah menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar sebagaimana permintaan terakhir saat engkau benar-benar pergi. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada di tempat ini, meskipun pada akhirnya putri kecilmu harus melewati sendiri tanpa seorang abah disisi.
7. Seorang yang sering saya sebut sebagai umi Hj. Siti Fauziyah. Terimakasih atas perhatiannya yang dilimpahkan kepada putri kecilmu ini, tak luput dari perjuangan dan doa yang senantiasa mendampingi. Terhadap skripsi ini agar cepat terselesaikan sampai tuntas.
8. Keempat kakak saya Dr. Izzah Rahmawati, Kiki Nailly Hidayati, Pipit Shofa Izdiyana, dan M. Ashfal Wafa. Terimakasih atas dukungan dari pihak keluarga dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kesebelas ponakan saya Rey, Hanin, Inggit, Jasmine, Meima, Jennaira, Shaquille, Rumaisha, Ayzel, Zayan, Kanaya. Terimakasih telah menjadi moodbooster tantenya setiap berkunjung di rumah uti.
10. Seseorang yang sangat berarti kehadirannya selama mengerjakan skripsi ini Nicho Kurniawan Santoso, S.Ak. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis. Petuah dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
11. Terimakasih buat Sahabat, Teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan perhatian, semangat pejuang skripsi, dan saling berbagi ilmu.

Kudus, 2024

Penulis

**Khusna Mafaza**

201911350



**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA OFFICIAL SHOP SCARLETT WHITENING DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SCARLETT WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**

Khusna Mafaza  
201911350

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M  
2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menjawab apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara harga, kualitas produk, *electronic word of mouth*, *online customer review*, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli? data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Data primer didapatkan dari hasil kuesioner dan data sekunder diperoleh dari penelitian jurnal - jurnal, penelitian terdahulu, dan data pengunjung pada situs e-commerce di Indonesia. jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 120 responden konsumen Scarlett Whitening di Kabupaten Kudus dengan teknik purposive sampling. teknik analisis menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli secara parsial, variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli secara parsial, variabel *online customer review* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli secara parsial, dan variabel kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, *Online Customer Review*, Minat Beli**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY,  
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ONLINE CUSTOMER REVIEWS, AND  
CONSUMER CONFIDENCE ON INTEREST IN BUYING SCARLETT  
WHITENING SKINCARE PRODUCTS AT THE OFFICIAL SCARLETT  
WHITENING SHOP IN SHOPEE (STUDY ON SCARLETT WHITENING  
CONSUMER IN KUDUS DISTRICT)**

*Khusna Mafaza  
201911350*

*Supervisor 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M  
2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV*

**UNIVERSITY MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDIES**

**ABSTRACT**

*This research uses quantitative research methods, which aim to answer whether there is a significant influence between price, product quality, electronic word of mouth, online customer reviews, and consumer trust on purchasing interest? The data used in this research is primary data obtained from questionnaire results and secondary data obtained from journal research, previous research, and visitor data on e-commerce sites in Indonesia. The number of samples in this study was 120 Scarlett Whitening consumer respondents in Kudus Regency using a purposive sampling technique. analysis technique using SPSS 26. The research results show that the price variable has a partial and significant influence on buying interest, the product quality variable has a partial and significant influence on buying interest, the electronic word of mouth variable has a partial and significant influence on buying interest, the online customer review variable has no influence which is significant on partial purchase interest, and the consumer trust variable has a positive and significant influence on partial purchase interest.*

***Keywords: Price, Product Quality, Electronic Word of Mouth, Online Customer Reviews, Purchase Interest.***

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not</b>
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Research Gap.....	11
1.3 Ruang Lingkup .....	15
1.4 Rumusan Masalah .....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori – Teori dan Argumentasi .....	19
2.1.1 Harga.....	19
2.1.2 Kualitas Produk.....	22
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	25
2.1.4 <i>Online Customer Review</i> .....	27
2.1.5 Kepercayaan Konsumen .....	30
2.1.6 Minat Beli .....	33
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	42

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	46
2.5	Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Rancangan Penelitian .....	49
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasioanl .....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	56
3.4	Populasi dan Sampel .....	58
3.5	Pengumpulan Data .....	60
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
3.7	Pengolahan Data.....	63
3.8	Analisis Data .....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		72
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	72
4.1.1	Gambaran Umum Kabupaten Kudus .....	72
4.1.2	Gambaran Umum Scarlett Whitening.....	73
4.2	Karakteristik Responden .....	76
4.2.1	Responden berdasarkan mempunyai Aplikasi Shopee .....	76
4.2.2	Responden berdasarkan Pengguna Produk Scarlett.....	76
4.2.3	Responden berdasarkan Pengunjung <i>official shop scarlett whitening</i> .....	77
4.2.4	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.2.5	Responden berdasarkan Usia .....	78
4.2.6	Responden berdasarkan Pekerjaan.....	79
4.2.7	Responden berdasarkan domisili di Kabupaten Kudus .....	79
4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	80
4.3.1	Harga.....	80
4.3.2	Kualitas Produk.....	81
4.3.3	<i>Electronic Word of Mouth</i> .....	81
4.3.4	<i>Online Customer Review</i> .....	82
4.3.5	Kepercayaan Konsumen .....	82
4.3.6	Minat Beli .....	83

4.4	Analisis Data .....	84
4.4.1	Uji Validitas .....	84
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	85
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.5.1	Uji Normalitas.....	86
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	87
4.5.3	Uji Heteroskedasitas .....	89
4.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
4.6	Uji Hipotesis.....	93
4.6.1	Uji t .....	93
4.6.2	Uji F.....	94
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	95
4.7	Pembahasan.....	96
4.7.1	Harga berpengaruh terhadap Minat Beli.....	96
4.7.2	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli.....	98
4.7.3	<i>Electronic Word of Mouth</i> berpengaruh terhadap Minat Beli ....	99
4.7.4	<i>Online Customer Review</i> berpengaruh terhadap Minat Beli .....	100
4.7.5	Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Minat Beli .....	101
4.7.6	Harga, Kualitas Produk, <i>Electronic Word of Mouth</i> , <i>Online Customer Review</i> , dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli.....	102
BAB V PENUTUP.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		108

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengunjung pada situs E-Commerce Indonesia (Desember 2022 - Februari 2023).....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan harga antara toko resmi dan toko biasa.....	6
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	61
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Pengguna Aplikasi .....	76
Tabel 4. 2 Respon berdasarkan Penggunaan Produk Scarlett.....	77
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Pengunjung Official Shop Scarlett Whitening.....	77
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
Tabel 4. 7 Responden berdasarkan Domisili di Kabupaten Kudus .....	80
Tabel 4. 8 Responden berdasarkan Variabel Harga .....	80
Tabel 4. 9 Responden berdasarkan Variabel Kualitas Produk.....	81
Tabel 4. 10 Responden berdasarkan Variabel Electronic Word of Mouth ....	81
Tabel 4. 11 Responden berdasarkan Variabel Online Customer Review .....	82
Tabel 4. 12 Responden berdasarkan Variabel Kepercayaan Konsumen .....	83
Tabel 4. 13 Responden berdasarkan Variabel Minat Beli .....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas .....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas .....	87
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	88
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4. 20 Hasil Uji t.....	93
Tabel 4. 21 Hasil Uji F.....	95
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi.....	96

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan 10 brand skincare lokal favorit di e-commerce bagi masyarakat Indonesia (April - Juni 2022).....	4
Gambar 1.2 Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening 2022 - 2023 .....	5
Gambar 1.3 Review di Aplikasi Shopee .....	10



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Data Kuesioner .....	116
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden.....	122
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data.....	132
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner .....	145

