

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA
APLIKASI SOCIOLLA**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA
APLIKASI SOCIOLLA DI SURABAYA BARAT)**



Diajukan Oleh:

SALWA NAJAH HURIYAH

NPM : 21420104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Aplikasi Sociolla” tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan,

membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama dikampus.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Riyadi dan Ibu Musrifah, yang senantiasa tulus memberikan do'a dan kasih sayang dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
9. Saudara-saudara penulis, adik Naurah dan adik Rafka terima kasih selalu menghibur dan mendoakan penulis.
10. Kepada Kasyfurrahman Shidqi, terima kasih banyak atas support, hiburan, dan bantuan yang selama ini telah diberikan.
11. Teman teman kuliah, Fikri Kamilia, Olivia Efendi, dan Annas Wahyu, terimakasih telah menjadi teman yang supportive selama masa kuliah.
12. Kepada Fendy, Rendy, Rafly, Alam dan Rekan-rekan Angkatan 21 lainnya terimakasih atas kenangan dan bantuan selama masa kuliah.

13. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Untuk hal-hal baik yang diberikan oleh penulis, Terimakasih yang sebesar-besarnya.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun.

Terakhir, harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya,

Salwa Najah Huriyah

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA APLIKASI SOCIOLLA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA
APLIKASI SOCIOLLA DI SURABAYA BARAT)**

Diajukan oleh;

SALWA NAJAH HURIYAH

NPM : 21420104

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Atty Erdiana, SE, M.Ak

Ketua Dewan Penguji



Wiwik Herawati, SE,MM.

Anggota Dewan Penguji



Dewi Nuraini, SE.,M.SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 30 Januari 2025



**Dr. Adrianto Trimarjono. S.E., MM
Ketua Program Studi**

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA APLIKASI
SOCIOLLA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA
APLIKASI SOCIOLLA DI SURABAYA BARAT)**

Diajukan oleh:

SALWA NAJAH HURIYAH

NPM : 21420104

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Atty Erdiana, SE, M.Ak

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI



Dr Adrianto Trimariono, SE, MM

Tanggal, 15 Januari 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 10 Januari 2025

Yang membuat pernyataan


Salwa Najah
21420104


METERAI TEMPEL
BE77AMX235340079

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Skripsi.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 E- Commerce.....	12
2.1.2.1 Pengertian E-Service Quality.....	13
2.1.2.2 Indikator <i>E-Service Quality</i>	14
2.1.3 <i>Online Customer Review</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	15
2.1.3.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	22
2.3 Hipotesis.....	24

2.4 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.4 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	29
3.4.1 Definisi Oprasional	29
3.4.2 Pengukuran Variabel	34
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	37
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.7.5 Uji Hipotesis	38
3.7.5.1 Uji T	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Sociolla	40
4.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden	41
4.2.1 Karakteristik Responden	41
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.3 Hasil Analisis Data	50
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	50
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis	54

4.3.4.1 Hasil Uji T	54
4.3.4.2 Hasil Determinasi (R^2)	56
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.4.1 Pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian kosmetik pada aplikasi Sociolla	57
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian kosmetik pada aplikasi Sociolla	58
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
5.3 Keterbatasan Penelitian	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Yang Sedang Ditempuh	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Pada Tahun 2024	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemberi Rekomendasi	46
Tabel 4.8 Kategori Masing-Masing Variabel	47
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel E-Service Quality (X1)	47
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X2)	48
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.14 Hasil Analisis Linier Berganda	52
Tabel 4.15 Hasil Uji T	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Yang Paling Banyak Di Beli Pada E-commerce	2
Gambar 1. 2 Beauty Profile	4
Gambar 1. 3 Hasil Survey Alasan Melakukan Pembelian di E-commerce	5
Gambar 1. 4 Contoh Online Customer Review	6
Gambar 2. 1 Kerangka Model Analisis	26

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner Penelitian	68
LAMPIRAN II Data Tabulasi	74
LAMPIRAN III Hasil Olah Data SPSS	86

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh *e-service quality* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada aplikasi Sociolla, dengan fokus pada mahasiswa pengguna Sociolla di Surabaya Barat. Pertumbuhan pesat *e-commerce*, khususnya di industri kosmetik telah mengubah perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *e-service quality* dan *online customer review* mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli kosmetik secara online. Menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei yang dibagikan kepada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *e-service quality* maupun *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *online customer review* memiliki pengaruh yang dominan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi Sociolla untuk meningkatkan *e-service quality* dan memanfaatkan *online customer review* guna meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

Kata kunci : *E-Service Quality, Online Customer Review, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study examines the influence of e-service quality and online customer reviews on purchasing decisions for cosmetic products on the Sociolla application, focusing on students who use Sociolla in West Surabaya. The rapid growth of e-commerce, particularly in the cosmetics industry, has transformed consumer purchasing behavior. This research aims to analyze how e-service quality and online customer reviews affect consumers' decisions when purchasing cosmetics online. Using a quantitative approach, data were collected through surveys distributed to students. The findings indicate that both e-service quality and online customer reviews significantly impact purchasing decisions, and online customer reviews having a more dominant effect. This study provides insights for Sociolla to enhance service quality and leverage customer reviews to improve consumer satisfaction and increase sales.

Keywords: *E-Service Quality, Online Customer Review, Purchase Decision*