

**PENGARUH DISKON HARGA, *INFLUENCER MARKETING*  
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI  
*MARKETPLACE SHOPEE***  
(Study Kasus pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di  
Shopee)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Nanda Ristiyana

232811944

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI  
2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nanda Ristiyana  
NIM : 232811944  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Diskon Harga, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di *Marketplace* Shopee (Study Kasus pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee)

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Study Srata Satu Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 11 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



**(Dr. Sofia Maulida, SE., MM)**

NIDN: 0309027801



**(Irvan FC Oentoeng, S.E., M.M)**

NIDN: 041118204

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH DISKON HARGA, *INFLUENCER* MARKETING, DAN**  
***ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**PRODUK SCARLETT DI *MARKETPLACE* SHOPEE**  
(Study Kasus pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee)

**Oleh**

Nanda Ristiyana

232811944

**SKRIPSI**

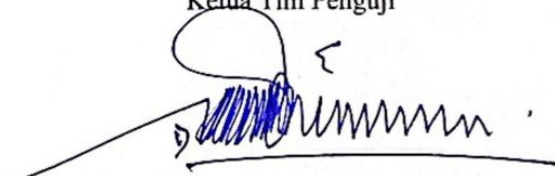
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji Pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 27 Februari 2026

Ketua Tim Penguji



**Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom**

**NIDN: 0303045901**

Anggota Tim Penguji 1



**Ir. Prillia Haliawan, MM., CQAP**

**NIDN: 0430047303**

Anggota Tim Penguji 2



**Irvan FC Oentoeng, S.E., M.M**

**NIDN: 041118204**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS  
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 11 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



**Nanda Ristiyana**

NIM: 232811944

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nanda Ristiyana  
NIM : 232811944  
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Diskon Harga, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di *Marketplace* Shopee (Study Kasus pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee)”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 27 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



**Nanda Ristiyana**

NIM: 232811944

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, apabila engkau telah selesai (dari satu urusan) teruslah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan kepada Tuhanmu lah engkau berharap”

(Q.S Al-Insyirah : 6-8)

“Rencana bisa berubah dan mimpi bisa retak, namun selama semangat tetap dijaga, masa depan tetap dapat dibangun, bahkan dari awal yang sederhana”

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berusaha bertahan di tengah proses yang tidak selalu mudah, yang belajar menerima lelah, ragu, dan jatuh bangun tanpa banyak mengeluh. Untuk setiap langkah kecil yang tetap diambil meskipun sering merasa tidak yakin, dan untuk keberanian menyelesaikan apa yang sempat terasa berat. Persembahan ini juga saya persembahkan untuk orang tua tercinta Ayah dan Ibu, yang doanya selalu mengiringi tanpa banyak kata, yang kesabarannya menjadi tempat bersandar saat lelah, dan yang dukungannya hadir tanpa syarat, bahkan ketika saya belum mampu membanggakan apa pun. Tanpa doa, pengertian, dan kehadiran mereka, perjalanan ini tidak akan mungkin saya lalui sejauh ini.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diskon harga, *influencer marketing*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun *@Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee sebanyak 5,8 juta dengan pembatasan kriteria tertentu yaitu berusia 15-40 tahun dan pernah membeli dan menggunakan produk Scarlett serta mengikuti akun *@Scarlett Whitening Official Shop* di Shopee. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus slovin dengan metode sampling yaitu *Non Probability Sampling* dengan Teknik *Purposive Sampling*. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar  $3,227 > t$  tabel  $1,66088$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar  $2,124 > t$  tabel  $1,66088$  dan nilai signifikansi  $0,036 < 0,05$ . *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar  $12,166 > t$  tabel  $1,66088$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, diskon harga, *influencer marketing*, dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai f hitung sebesar  $360,493 > F$  tabel  $2,70$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,918$  menunjukkan bahwa  $91,8\%$  variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya  $8,2\%$  dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diskon harga yang menarik, promosi melalui *influencer* yang efektif, serta ulasan pelanggan yang baik mampu meningkatkan keputusan pembelian produk Scarlett di *marketplace* Shopee.

**Kata Kunci:** Diskon Harga, *Influencer Marketing*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the influence of price discounts, influencer marketing, and online customer reviews on purchasing decisions for Scarlett products in the Shopee. This study uses a quantitative method with a survey approach. The population in this study is the followers of the @Scarlett Whitening Official Shop account on Shopee as many as 5.8 million with certain criteria, namely aged 15-40 years and have purchased and used Scarlett products and followed the @Scarlett Whitening Official Shop account on Shopee. The number of samples used was 100 respondents determined using the Slovin formula with a sampling method, namely Non Probability Sampling with Purposive Sampling Technique. Data processing used SPSS version 26. The results showed that partially the discount price had a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated  $t$  value of  $3.227 > t$  table  $1.66088$  and a significance value of  $0.001 < 0.05$ . Influencer marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated  $t$ -value of  $2.124 > t$ -table  $1.66088$  and a significance value of  $0.036 < 0.05$ . Online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated  $t$ -value of  $12.166 > t$ -table  $1.66088$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Simultaneously, price discounts, influencer marketing, and online customer reviews have a significant effect on purchasing decisions with a calculated  $f$ -value of  $360.498 > F$ -table  $2.70$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of  $0.918$  indicates that  $91.8\%$  of the variation in purchasing decisions can be explained by the three independent variables, while the remaining  $8.2\%$  is influenced by other variables outside the study. This study shows that an attractive price discount strategy, effective promotions through influencers, and good customer reviews can increase purchasing decisions for Scarlett products on the Shopee marketplace.*

**Keywords:** *Price Discount, Influencer Marketing, Online Customer Review, Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Diskon Harga, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di *Marketplace Shopee* (Study Kasus pada *Followers @Scarlett Whitening Official Shop* di *Shopee*)” ini dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi Manajemen serta sebagai bagian dari proses akademik untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Setelah melalui seluruh proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penelitian ini tidak terlepas dari berbagai dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini penulis memperoleh banyak motivasi yang sangat berarti dari keluarga, teman – teman maupun pihak lain yang memberikan dukungan secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Widyatmoko, M.M., M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti
3. Bapak Irvan FC Oentoeng, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen STIE Tri Bhakti yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti.
5. Kedua orang tua penulis, yaitu ayah dan ibu, serta adik penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Seluruh teman – teman seperjuangan manajemen konversi yang tidak bisa penulis sebutkan satu – persatu, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
7. Sahabat kecil penulis, pio yang memberikan semangat dan motivasi kepada penulis di sela – sela mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 11 Februari 2026

**Nanda Ristiyana**

NIM: 23281194

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Penelitian.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11

2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Keputusan Pembelian .....	17
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2 Jenis – Jenis Keputusan Pembelian.....	18
2.2.3 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	19
2.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian .....	20
2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Diskon Harga .....	22
2.3.1 Definisi Diskon Harga .....	22
2.3.2 Macam - Macam Diskon Harga.....	22
2.3.3 Dimensi Diskon Harga.....	23
2.3.4 Indikator Diskon harga .....	23
2.4 <i>Influencer Marketing</i> .....	24
2.4.1 Definisi <i>Influencer Marketing</i> .....	24
2.4.2 Pengaruh <i>Influencer</i> dalam Keputusan Pembelian .....	25
2.4.3 Jenis – Jenis <i>Influencer Marketing</i> .....	25
2.4.4 Dimensi dan Indikator <i>Influencer marketing</i> .....	26
2.5 <i>Online Customer Review</i> .....	27
2.5.1 Definisi <i>Online Customer Review</i> .....	27
2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i> .....	28
2.5.3 Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Review</i> .....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
2.7 Kerangka Penelitian.....	39

2.8 Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian .....	43
3.1.1 Tujuan Penelitian .....	43
3.1.2 Metodologi Penelitian .....	43
3.1.3 Strategi Penelitian .....	43
3.1.4 Unit Analisis .....	44
3.1.5 Keterlibatan Penelitian.....	44
3.1.6 Latar penelitian .....	44
3.1.7 Waktu Penelitian.....	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	45
3.2.1 Variabel Dependen.....	46
3.2.2 Variabel Independen .....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1 Populasi.....	53
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Sumber Data .....	55
3.4.1 Data Primer .....	55
3.4.2 Data Sekunder.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6 Teknik Analisa Data .....	57
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	57
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian .....	58
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	61

3.6.5 Uji Hipotesis .....	61
3.6.6 Koefisien Determinan .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Scarlett Whitening .....	63
4.1.2 Visi dan Misi Scarlett.....	64
4.1.3 Produk – Produk Scarlett .....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Karakteristik Responden .....	67
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian .....	71
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.2.4 Analisis Regresi Linear berganda .....	80
4.2.5 Uji Kelayakan Hipotesis .....	82
4.3 Pembahasan Hasil Tanggapan Responden pada Kuesioner .....	86
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.4.1 Pengaruh Diskon Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
4.3.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	99
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	101
4.3.4 Pengaruh Diskon Harga, <i>Influencer Marketing</i> , dan <i>Online Customer Review</i> , Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
5.1 Simpulan.....	105
5.2 Saran – Saran .....	106
5.2.1 Bagi Scarlett .....	106
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	108

**DAFTAR PUSTAKA..... 109**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-commerce yang Sering Diakses di Indonesia Tahun 2025.....	1
Gambar 1.2 Brand Kecantikan Terlaris di Shopee Berdasarkan Pangsa Pasar Per Oktober 2025.....	2
Gambar 1.3 Nilai Penjualan Scarlett.....	3
Gambar 1.4 Review Customer Skincare Scarlett.....	5
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	45
Gambar 3.2 Jumlah Followers Scarlett Whitening di Shopee .....	54
Gambar 4.1 Logo Scarlett .....	63
Gambar 4.2 <i>Body Care</i> Scarlett .....	65
Gambar 4.3 <i>Facecare</i> Scarlett.....	65
Gambar 4.4 <i>Haircare</i> Scarlett.....	66
Gambar 4.5 Parfum .....	67
Gambar 4.6 Diagonal Data Grafik P-P Plot.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4.5 Uji Validitas Diskon Harga.....	72
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i> .....	72
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> .....	73
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	73
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Diskon Harga .....	74
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas <i>Influencer Marketing</i> .....	75
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i> .....	75
Tabel 4.12 Uji Normalitas data .....	77
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas .....	78
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4.15 Uji Korelasi <i>Spearman's rho</i> .....	79
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	85
Tabel 4.20 Penilaian Analisis Deskriptif .....	86
Tabel 4.21 Analisis Responden pada Variabel Keputusan Pembelian .....	86
Tabel 4.22 Analisis Responden pada Variabel Diskon Harga .....	89
Tabel 4.23 Analisis Responden pada Variabel <i>Influencer Marketing</i> .....	91
Tabel 4.24 Analisis Responden pada Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	93
Tabel 4.25 Dimensi Diskon Harga.....	97
Tabel 4.26 Dimensi <i>Influencer Marketing</i> (X2) .....	99
Tabel 4.27 Dimensi <i>Online Customer Review</i> (X3).....	102

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data.....	115
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	122
Lampiran 3 Populasi atau Sampel.....	128
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden .....	139
Lampiran 5 Kartu Konsultasi Bimbingan .....	152
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	154
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi.....	155
Lampiran 8 Formulir Saran dan Perbaikan .....	156
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	157