

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
MS GLOW PADA *PLATFORM* SHOPEE**



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

Oleh:

RIDHA QUEEN MUTIARA RAMDANI

NIM: 1707622006

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
TAHUN 2026**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS FOR MS GLOW SKINCARE
PRODUCTS ON THE SHOPEE PLATFORM***



Intelligentia - Dignitas

*This Undergraduate Thesis is submitted as a partial fulfillment of the requirements
for the degree of Bachelor of Education from the Department of Business
Education, Faculty of Economics and Business at State University of Jakarta*

By:

RIDHA QUEEN MUTIARA RAMDANI

Student ID: 1707622006

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

DEPARTMENT OF BUSINESS EDUCATION

YEAR OF 2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
BENTUK: SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ridha Queen Mutiara Ramdani
NIM : 1707622006
Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow Pada *Platform* Shopee.

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 08 Juli 2026

Pembimbing/Pembimbing I/Promotor,)*

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si, Ph.D.
NIP/NIDK. 198209082010122004

Pembimbing II/ Ko-Promotor)*

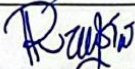
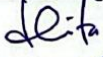
Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Sc.
NIP/NIDK. 199504122023212041

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
BENTUK : SKRIPSI**

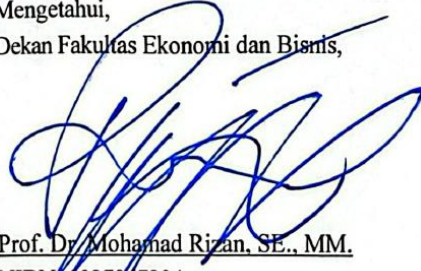
Nama Mahasiswa : Ridha Queen Mutiara Ramdani
NIM : 1707622006
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow Pada Platform Shopee.

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*)* Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 15 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Prof. Dr. Corry Yohana, MM.	
	NIP. 195909181985032011	
Sekretaris	Rizka Zakiah, M.Pd.	
	NIP. 199401182023212040	
Penguji Ahli	Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 199012212024061001	
Pembimbing 1	Dita Puruwita, M.Si, Ph.D.	
	NIP. 198209082010122004	
Pembimbing 2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han.	
	NIP.199504122023212041	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM.
NIDN.0027067204

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis,


Dita Puruwita, M.Si, Ph.D.
NIDN. 0008098205

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Ridha Queen Mutiara Ramdani
NIM : 1707622006
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow Pada Platform Shopee.

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 29 Juli 2026

Yang menyatakan,



1000
REPUBLIK INDONESIA
MEPERA
TEMPEL
469E6AJX877101393

Ridha Queen Mutiara Ramdani
NIM.1707622006



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridha Queen Mutiara Ramdani
NIM : 1707622006
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : ridhaqueen022@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain(.....)
yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow Pada *Platform* Shopee.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Agustus 2026

Penulis

(Ridha Queen Mutiara Ramdani)

ABSTRAK

Ridha Queen Mutiara Ramdani, 1707622006. “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow Pada Platform Shopee”. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia mendorong meningkatnya persaingan pada industri *skincare*, khususnya di *platform* Shopee. Meskipun MS Glow merupakan salah satu merek *skincare* lokal yang memiliki pangsa pasar tinggi, data menunjukkan adanya penurunan *market share* pada kategori paket kecantikan sehingga mengindikasikan adanya perubahan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow pada *platform* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta dan pernah membeli produk *skincare* MS Glow di Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan melalui analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji persyaratan analisis, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2) menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, secara simultan citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow pada *platform* Shopee. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan citra merek, persepsi harga yang baik, dan kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk *skincare* MS Glow di *platform* Shopee.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Shopee.

ABSTRACT

Ridha Queen Mutiara Ramdani, 1707622006. “The Effect Of Brand Image, Price Perception, and Product Quality on Purchase Decisions for MS Glow Skincare Products on the Shopee Platform.”. Undergraduate Thesis, Jakarta: Undergraduate Business Education Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta/State University of Jakarta, 2026.

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has fueled increased competition in the skincare industry, particularly on the Shopee platform. Although MS Glow is one of the local skincare brands with a high market share, data shows a decline in market share within the beauty package category, indicating a shift in consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of brand image, price perception, and product quality on purchasing decisions for MS Glow skincare products on the Shopee platform. This study employs a quantitative method using a survey approach. The data used consists of primary data obtained through the distribution of questionnaires to 200 respondents residing in the Special Capital Region of Jakarta who have previously purchased MS Glow skincare products on Shopee. The sampling technique used non-probability sampling with a purposive sampling method. Data analysis was conducted using descriptive statistical analysis, validity tests, reliability tests, analysis of variance (ANOVA), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and F-test), and the coefficient of determination (R^2) test using SPSS version 25 software. The results indicate that, individually, brand image has a positive and significant effect on purchase decisions, price perception has a positive and significant effect on purchase decisions, and product quality has a positive and significant effect on purchase decisions. Furthermore, brand image, price perception, and product quality collectively have a positive and significant effect on the decision to purchase MS Glow skincare products on the Shopee platform. These findings suggest that enhancing brand image, fostering a positive price perception, and ensuring high product quality can increase consumer purchasing decisions regarding MS Glow skincare products on the Shopee platform.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Product Quality, Purchase Decision, Shopee.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang mendalam disampaikan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Berkat anugerah tersebut, peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow Pada *Platform* Shopee.” dengan mudah dan tepat waktu. Penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik yang harus dilakukan oleh peneliti dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta bantuan selama proses penyusunan penelitian ini. Atas segala kontribusi yang telah diberikan, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT

senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap langkah Ibu.

3. Ibu Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap langkah Ibu.
4. Seluruh dosen Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa membantu proses administrasi dan memberikan informasi yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Orang tua tercinta papi Rachmat Ramdani dan mami Leonora Sehol, serta kakak-kakak saya yang senantiasa memberikan kasih sayang, memberi dukungan penuh, serta memanjatkan doa di sepanjang perjalanan kehidupan saya. Semoga sukses selalu dan semoga Allah SWT selalu melindungi kalian.
7. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan yang telah menemani dan memberikan warna selama perkuliahan, serta memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Seluruh organisasi yang diikuti peneliti, BEM Prodi Ekonomi dan Administrasi 2023 dan TRACE UNJ 2024 yang telah memberikan pengalaman dan ilmu-ilmu yang luas selama perkuliahan.
9. Seluruh rekan, tim tutor Queens Bimbel Academy, serta murid-murid tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga seluruh tim tutor senantiasa diberikan keberkahan, serta murid-murid Queens Bimbel Academy menjadi anak yang berprestasi dan ilmunya bermanfaat di masa depan.
10. Kepada kamu Mohamad Ardhan Firmansyah, yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, kesabaran, dan semangat yang tidak pernah putus selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah hadir dan menemani penulis dalam setiap proses, baik saat menghadapi kesulitan maupun merayakan setiap pencapaian kecil. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, kemudahan dalam setiap urusan, serta mengabulkan segala doa dan cita-cita yang terbaik. Semoga setiap langkah yang kita perjuangkan hari ini menjadi jalan menuju masa depan yang penuh keberkahan dan kebahagiaan. Aamiin.
11. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan kalian semua. Kritik dan saran yang bersifat membangun dan memajukan sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembacanya.

12. *Last but not last*, kepada diriku sendiri yang hebat, keren, pantang menyerah.

Terima kasih sudah berjuang dan sampai di titik ini, *proud of you* Ridha Queen Mutiara Ramdani. Apresiasi yang sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang setiap pagi, siang, sore dan malam dihabiskan dengan kelelahan namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap Ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi dan kendaliku. Terima kasih kepada jiwa dan mental ku yang tetap kuat, meski berkali-kali menyerah karena kondisi. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Allah berikan selama ini. Tetap semangat untuk terus berusaha, gapai cita-cita dan keinginan besarmu itu, karena kamu beda dari yang lain. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan sukses selalu. Aamiin.

Jakarta, 06 Agustus 2026

Penyusun



Ridha Queen Mutiara Ramdani

NIM.1707622006

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	20
1.3. Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Manfaat Penelitian.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
2.1. Teori Pendukung.....	23
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	23
2.1.2. Citra Merek	28
2.1.3. Persepsi Harga.....	32
2.1.4. Kualitas Produk.....	37
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	43
2.2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	43
2.3. Kerangka Teori	51
2.3.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk <i>Skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee	51
2.3.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk <i>Skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee	53

2.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk <i>Skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee	55
2.3.4.	Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk <i>Skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee	57
2.4.	Kerangka Konseptual	60
2.5.	Pengembangan Hipotesis.....	61
BAB III METODE PENELITIAN		62
3.1	Tempat Penelitian.....	62
3.2	Waktu Penelitian	63
3.3	Desain penelitian	63
3.3.1	Metode penelitian.....	63
3.4	Populasi dan Sampel.....	64
3.4.1	Populasi.....	64
3.4.2	Sampel.....	65
3.5	Pengembangan instrumen.....	67
3.5.1	Citra Merek	67
3.5.2	Persepsi Harga.....	68
3.5.3	Kualitas Produk.....	70
3.5.4	Keputusan Pembelian.....	72
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.7	Teknik Analisis Data.....	76
3.7.1	Analisis Statistik Data	76
3.7.2	Analisis Statistik Deskriptif	76
3.7.3	Uji Instrumen	77
3.7.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian	79
3.7.5	Uji Persyaratan analisis	82
3.7.6	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
3.7.7	Uji Hipotesis.....	87
3.7.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
BAB IV PEMBAHASAN		90
4.1	Analisis Deskriptif Data.....	90
4.1.1	Profil Responden	90

4.1.2	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	93
4.2	Hasil Penelitian.....	105
4.2.1	Hasil Uji Persyaratan Analisis	105
4.2.2	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	111
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis	113
4.2.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	117
4.3	Pembahasan	118
4.3.1	Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk <i>skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee.....	118
4.3.2	Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk <i>skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee.....	121
4.3.3	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk <i>skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee.....	123
4.3.4	Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk <i>skincare</i> MS Glow pada <i>Platform</i> Shopee.	126
BAB V PENUTUP		128
5.1	Kesimpulan.....	129
5.2	Implikasi Penelitian	130
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	130
5.2.2	Implikasi Praktis.....	131
5.3	Keterbatasan Penelitian	133
5.4	Rekomendasi	134
DAFTAR PUSTAKA.....		136
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....		145

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Perbandingan Harga MS Glow dan Kompetitornya di Shopee	11
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Rencana Penelitian.....	63
Tabel 3. 2 Indikator Pernyataan Citra Merek	67
Tabel 3. 3 Indikator Pernyataan Persepsi Harga	69
Tabel 3. 4 Indikator Pernyataan Kualitas Produk.....	70
Tabel 3. 5 Indikator Pernyataan Keputusan Pembelian	73
Tabel 3. 6 Pengukuran Skala Likert	75
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas	79
Tabel 3. 8 Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen	81
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	92
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
Tabel 4. 5 Kriteria Interpretasi Skor Rata-rata per Item.....	94
Tabel 4. 6 Data Citra Merek.....	94
Tabel 4. 7 Data Persepsi Harga	96
Tabel 4. 8 Data Kualitas Produk	99
Tabel 4. 9 Data Keputusan Pembelian	102
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	106
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas	109

Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas	111
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	114
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	116
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Commerce yang Sering Diakses di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan FMCG oleh Setiap Kategori di Tahun 2023-2025	2
Gambar 1. 3 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau & Provinsi	3
Gambar 1. 4 Top 5 Brand Kecantikan di Shopee Kuartal I – IV Tahun 2025.....	5
Gambar 1. 5 10 <i>Brand</i> Paket Kecantikan Terlaris di Shopee pada Kuartal II 2025.....	6
Gambar 1. 6 10 <i>Brand</i> Paket Kecantikan Terlaris di Shopee pada Kuartal IV 2025	7
Gambar 1. 7 Top 10 Nilai Penjualan Produk Perawatan dan Kecantikan di <i>E-commerce</i> Indonesia Tahun 2022–2025	9
Gambar 1. 8 Penilaian Konsumen pada Produk MS Glow di Shopee (1)	13
Gambar 1. 9 Penilaian Konsumen pada Produk MS Glow di Shopee (2)	17
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	60
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Histogram.....	106
Gambar 4. 2 Uji Normalitas P-Plot.....	107
Gambar 4. 3 Diagram Scatterplot	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Uji Realibilitas	145
Lampiran 2. Tabulasi Hasil Data Pra Test Uji Validitas dan Reliabilitas	151
Lampiran 3. Instrumen Penelitian Final.....	154
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Data Responden Final.....	160
Lampiran 5. Nilai-nilai R Tabel	184
Lampiran 6. Nilai-nilai T Tabel.....	185
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	186

