

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MERCHANDISE PLAVE* MELALUI *GROUP
ORDER* DI PLATFORM X**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Indo Global Mandiri



Disusun oleh :

Nama : Ananda Putri Apriliany
NPM : 2021510117

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP
Pembimbing II : Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Brand Image, Online Customer Review, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Plave Melalui Group Order di Platform X
Nama : **Ananda Putri Apriliany**
NPM : **2021510117**
Program Studi : **Manajemen**
Pembimbing I : **Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP**
Pembimbing II : **Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si**
Tanggal Ujian Skripsi : **13 Februari 2025**

Palembang, 19 Februari 2025

Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP
NIDN. 0204128602

Pembimbing II,



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Skripsi ini di ajukan oleh :


Judul Skripsi : Analisis Brand Image, Online Customer Review, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Plave Melalui Group Order di Platform X
Nama : Ananda Putri Apriliany
NPM : 2021510117
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji : 
Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP
NIDN. 0204128602

Penguji I : 
Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., Cmarcom
NIDN. 0007077501

Penguji II :  19/2/25
Yeni, SE., M.Si
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR REVISI

Nama : Ananda Putri Apriliany
NPM : 2021510117
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Brand Image, Online Customer Review, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Plave Melalui Group Order di Platform X

Ketua Penguji

:



Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP
NIDN : 0204128602

Penguji I

:



Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., Cmarcom
NIDN : 0007077501


Penguji II

:

 19/2/25

Yeni, SE., M.Si
NIDN : 0204017801

Palembang, 19 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananda Putri Apriliany
NPM : 2021510117
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 19 Februari 2025



Ananda Putri Apriliany
NPM. 2021510117

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* Plave Melalui *Group Order* di Platform X”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Endah Dewi Purnamasari, SE, MM., CFP selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu berharga yang telah diberikan.
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuan selama ini.
8. Orang tua dan nenek ku tercinta. Terima kasih atas segala kasih sayang dan doa di setiap keringat yang tak terhingga.
9. Teman-teman ku atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun material kepada penulis.
10. Yang terakhir kepada Plave dan Plli, terima kasih atas mahakarya yang dibuat melalui lagu yang menjadi penyemangat penulis dalam menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga dapat bermanfaat dan membutuhkan di kemudian hari.

Palembang, November 2024

Penulis,

Ananda Putri Apriliany

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh *brand image*, *online customer review*, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian *merchandise* Plave melalui *group order* di platform X. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan Teknik pengumpulan data *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 500 anggota dan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 83 responden. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan *group order babystar*. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, regresi linear berganda, uji hipotesis t dan F, dan uji koefisien korelasi dan determinasi. Hasil analisis uji t penelitian ini yaitu *brand image* dan *social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *online customer review* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan *brand image*, *online customer review*, dan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* Plave melalui *group order* di platform X.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Online Customer Review*, *Social Media Marketing*, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.2 <i>Brand Image</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Brand Image</i>	11
2.2.2 Faktor <i>Brand Image</i>	12
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	12
2.3 <i>Online Customer Review</i>	13
2.3.1 Definisi <i>Online Customer Review</i>	13

2.3.2 Faktor <i>Online Customer Review</i>	14
2.3.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	15
2.4 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.4.1 Definisi <i>Social Media Marketing</i>	16
2.4.2 Elemen <i>Social Media Marketing</i>	17
2.4.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	18
2.5 Keputusan Pembelian	19
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	19
2.5.2 Faktor Keputusan Pembelian	20
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.6 Penelitian Terdahulu	21
2.7 Kerangka Pemikiran	27
2.8 Hipotesis	28
2.9 Hubungan antar variabel	29
2.9.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
2.9.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	29
2.9.3 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	29
2.9.4 Hubungan <i>Brand Image, Online Customer Review, dan Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	31
3.3 Objek Penelitian	31
3.4 Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32

3.6 Populasi dan Sampel	33
3.6.1 Populasi.....	33
3.6.2 Sampel.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Uji Instrumen	34
3.7.1.1 Uji Validitas	34
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.2.1 Uji Normalitas	35
3.7.2.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	36
3.7.3 Uji Hipotesis	36
3.7.3.1 Uji T (Parsial)	36
3.7.3.2 Uji F (Simultan).....	37
3.7.4 Uji Koefisien Korelasi (R)	37
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.8 Definisi Operasional Variabel	38
3.9 Skala Pengukuran.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	43
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.1.2.1 Hasil Uji Validitas.....	44

4.1.2.2 hasil Uji Reliabilitas	47
4.1.3 Analisis Variabel	47
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	53
4.1.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	56
4.1.6.1 Uji T (Uji Parsial)	56
4.1.6.2 Uji F (Uji Simultan).....	58
4.1.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi	58
4.1.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.2.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Image, Online Customer Review, dan Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	38
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X_1).....	45
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X_2).....	45
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i> (X_3).....	46
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian(Y).....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9 Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X_1).....	47
Tabel 4.10 Jawaban Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_2).....	49
Tabel 4.11 Jawaban Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X_3).....	50
Tabel 4.12 Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial).....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	58
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna X di Setiap Negara	2
Gambar 1.2 Jumlah <i>Merchandise</i> K-pop Dimiliki Penggemar	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.3 Responden berdasarkan Status Pekerjaan	44
Gambar 4.4 Grafik Histogram	53
Gambar 4.5 Grafik P-P Plot	54
Gambar 4.6 Jumlah Penjualan Album Caligo Pt.1	61
Gambar 4.7 Testimoni <i>Group Order</i> di X	62
Gambar 4.8 Postingan Penjualan Album di X	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 : Hasil Olah Data	77
Lampiran 3 : Tabulasi.....	85
Lampiran 4 : Bukti Dokumentasi.....	94
Lampiran 5 : Kartu Bimbingan	95
Lampiran 6 : Surat Keterangan Bebas Pustaka	96

