

**PENGARUH *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi pada Generasi Z di Kediri)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH WASIL
KEDIRI**

Oleh :

SITI MUFIDATUL AZIZAH

22403022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi pada Generasi Z di Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:

SITI MUFIDATUL AZIZAH

22403022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi pada Generasi Z di Kediri)**

Ditulis Oleh:

SITI MUFIDATUL AZIZAH

22403022

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 199010032019032010

Pembimbing II



Rendi Ardika, M.Akun.
NIP. 199203072020121015

NOTA DINAS

Kediri, 05 Mei 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Di

Jl. Sunan Ampel No. 7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

Nama : SITI MUFIDATUL AZIZAH

NIM : 22403022

Judul : PENGARUH INFLUENCER DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Generasi Z di Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 199010032019032010



Rendi Ardika, M.Akun.
NIP. 199203072020121015

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 17 Juni 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

Nama : SITI MUFIDATUL AZIZAH

NIM : 22403022

Judul : PENGARUH *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi Pada Generasi Z di Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.


Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 199010032019032010



Rendi Ardika, M.Akun.
NIP. 199203072020121015

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW
MELALUI *MARKETPLACE SHOPEE* (Studi Pada Generasi Z di Kediri)**

SITI MUFIDATUL AZIZAH


NIM. 22403022

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, Pada tanggal 9 Juni 2026

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Sayekti Indah K., S.E., M.Akun.
NIP. 198407102019032009


(.....)

2. Penguji I

Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 199010032019032010


(.....)

3. Penguji II

Rendi Ardika, M.Akun.
NIP. 199203072020121015


(.....)

Kediri, 17 Juni 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.”

(QS. Al-Isra’:36)

*Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan
selayaknya yang kau harapkan*

(Maudy Ayunda)

*Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!!!*

(Nadin Amizah)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Mufidatul Azizah
NIM : 22403022
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 5 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Siti Mufidatul Azizah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji penulis panjatkan ke hadirat-Nya atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah yang senantiasa mengiringi setiap langkah perjalanan ini. Tidak ada kekuatan selain dari-Nya, tidak ada kemudahan tanpa izin-Nya. Perjalanan panjang yang penuh dinamika, jatuh bangun, ragu dan harap, akhirnya sampai pada satu titik yang tak hanya menjadi akhir, melainkan juga awal dari fase kehidupan berikutnya.

Halaman sederhana ini bukan sekadar rangkaian kata, melainkan ruang sunyi yang menyimpan jejak rasa tentang perjuangan yang tak selalu terlihat, doa-doa yang diam-diam dipanjatkan, serta kehadiran orang-orang yang menjadi alasan untuk tetap bertahan. Dengan segala kerendahan hati, karya ini penulis persembahkan kepada mereka yang telah menjadi bagian paling berarti dalam perjalanan ini.

1. Pertama dan yang paling utama, karya ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan hormat kepada Bapak Mochamad Budairi dan Ibu Siti Muawanah. Dua sosok yang tak pernah lelah menjadi rumah paling teduh dalam setiap keadaan. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah bersyarat, doa-doa yang tak pernah putus, serta pengorbanan yang bahkan tak mampu terbalaskan oleh apapun. Semoga setiap huruf dalam karya ini menjadi saksi betapa besar rasa terima kasih dan cinta yang tak terucap.
2. Kepada Kakak Siti Luffiatul Afidah dan adik tercinta Nurul Nur Aulia Akhiroh, terima kasih atas kehadiran yang selalu menjadi penguat dalam diam. Kalian adalah tempat kembali ketika dunia terasa terlalu bising. Dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang terjalin menjadi energi yang tak tergantikan dalam perjalanan ini.
3. Kepada Mokhamad Ridhwan nama yang tidak sekadar hadir dalam perjalanan ini, tetapi tumbuh menjadi bagian yang memiliki arti mendalam karya ini penulis persembahkan dengan penuh kehangatan dan ketulusan. Terima kasih atas kehadiran yang tidak selalu harus terlihat, namun selalu

terasa. Dalam setiap proses yang tidak mudah, engkau menjadi salah satu alasan mengapa langkah ini tetap dijaga agar tidak berhenti. penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada kedua orang tua Mokhammad Ridhwan, yang dengan segala kebaikan dan kehangatannya turut menjadi bagian dari doa dan restu yang mengiringi langkah ini.

4. Untuk teman seperjalanan sejak awal perkuliahan, Ana Duwi Rahayu, Nur Avifah, Charista Tanta Putri, Linda Rahmawati, Eno Maulana, dan Nefi Hidayana, terima kasih telah menjadi saksi dari setiap proses yang dilalui. Bersama kalian, perjalanan ini tidak hanya tentang menyelesaikan studi, tetapi juga tentang tumbuh, belajar, dan memahami arti kebersamaan. Tawa, tangis, lelah, dan semangat yang kita bagi bersama akan selalu menjadi bagian yang tak terlupakan.
5. Dengan penuh rasa hormat, karya ini juga penulis persembahkan kepada Ibu Mahfudhotin, M.Si. dan Bapak Rendi Ardika, M.Akun., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti, dan penuh dedikasi membimbing penulis hingga tahap ini. Setiap arahan, kritik, dan ilmu yang diberikan menjadi bekal berharga yang akan terus penulis ingat dan aplikasikan dalam perjalanan ke depan.
6. Tak lupa, kepada seluruh teman seangkatan, almamater tercinta, serta seluruh dosen dan pihak yang telah terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Kalian adalah bagian dari lingkungan yang membentuk, menguatkan, dan memberikan ruang untuk berkembang.
7. Dan terakhir, untuk diriku sendiri Siti Mufidatul Azizah. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, bahkan ketika keadaan terasa begitu berat. Hari ini bukan hanya tentang pencapaian, tetapi tentang keberanian untuk terus melangkah. Semoga setelah ini, kehidupan membuka lembaran baru yang lebih tenang, lebih bahagia, dan penuh kesuksesan. Apa yang telah dilalui bukanlah akhir, melainkan awal dari perjalanan yang lebih luas dan bermakna.

ABSTRAK

Siti Mufidatul Azizah, Dosen Pembimbing Ibu Mahfudhotin, M.Si., dan Bapak Rendi Ardika, M.Akun. Pengaruh *Influencer* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Melalui *Marketplace* Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kediri), Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata Kunci: *Influencer*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong pergeseran perilaku belanja masyarakat dari sistem konvensional menuju transaksi berbasis *online*. Dalam penelitian ini, *influencer* dan *online customer review* menjadi dua faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian pada produk Glad2Glow dikalangan Generasi Z (20-25 tahun). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *influencer* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow Melalui *Marketplace* Shopee, baik secara parsial dan simultan pada Generasi Z di Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Kediri, dengan perolehan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* metode *purposive sampling* sebanyak 400 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan bantuan SPSS versi 21.

Hasil uji parsial (t) menunjukkan bahwa *influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $12,209 > 1,966$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Online customer review* juga berpengaruh signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $9,904 > 1,966$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji simultan (f) kedua variabel *influencer* dan *online customer review* secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai f_{hitung} sebesar $320,749 > 3,00$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (*Adjust R Square*) sebesar 0,622 menunjukkan bahwa *influencer* dan *online customer review* berpengaruh sebesar 62,2% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *influencer* dan *online customer review* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow melalui *marketplace* Shopee (studi pada generasi Z di Kediri).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow melalui *Marketplace* Shopee (Studi pada Generasi Z di Kediri)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.H.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Ibu Mahfudhotin, M.Si. dan Bapak Rendi Ardika, M.Akun., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua, kakak dan adik penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang kepada penulis.
7. Para sahabat serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan ilmu pengetahuan di bidang manajemen dan pemasaran.

Kediri, 7 Mei 2026



Siti Mufidatul Azizah
22403022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	18
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat penelitian.....	19
E. Penelitian Terdahulu.....	20
BAB II LANDASAN TEORI	25
A. Teori Perilaku Konsumen.....	25
B. <i>Influencer</i>	29
C. <i>Online Customer Review</i>	34
D. Keputusan Pembelian.....	37
E. Prespektif Syariah Terhadap Pengaruh Influencer dan Online Customer Review Dalam Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Melalui Marketplace Shopee	49
F. Hubungan Antar Variabel.....	52

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Populasi dan Sampel	59
D. Variabel Penelitian	61
E. Definisi Operasional.....	62
F. Teknik Pengumpulan Data	63
G. Instrumen Penelitian.....	64
H. Teknik Analisis Data	65
I. Teknik Keabsahan Data.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN	78
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	78
B. Gambaran Umum Wilayah Kediri	82
C. Karakteristik Responden	84
D. Uji Instrumen Penelitian	85
E. Analisis Data	92
BAB V PEMBAHASAN	115
A. Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Melalui Marketplace Shopee pada Generasi Z di Kediri	115
B. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Melalui Marketplace Shopee pada Generasi di Kediri	120
C. Pengaruh Secara Simultan <i>Influencer</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Melalui Marketplace Shopee pada Generasi Z di Kediri	125
BAB VI PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131
B. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN.....	143
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	185

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Penduduk Gen Z (Usia 20-25 Tahun) di Kediri (2024).....	5
Tabel 1.2: Data Penggunaan Marketplace di Kediri	5
Tabel 1.3: Data Pembelian Produk Kecantikan Generasi Z.....	7
Tabel 1.4: Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow oleh Generasi Z Kediri di Shopee	9
Tabel 1.5: Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Generasi Z di Kediri Melakukan Keputusan Pembelian pada Produk Glad2Glow	11
Tabel 3.1: Indikator Variabel.....	62
Tabel 3.2: Skala Likert Penilaian Kuisisioner	66
Tabel 3.3: Interpretasi Nilai Cronbach's Alpha.....	69
Tabel 3.4: Kriteria Durbin-Watson.....	73
Tabel 3.5: Interpretasi Nilai Korelasi (r)	73
Tabel 4.1: Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.2: Identitas Responden Berdasarkan Usia	85
Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas Variabel Influencer (X_1).....	86
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Setelah Eliminasi (X_1).....	86
Tabel 4.5: Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review (X_2)	87
Tabel 4.6: Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review (X_2) Setelah Eliminasi	88
Tabel 4.7: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
Tabel 4.8: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Setelah Eliminasi	89
Tabel 4.9: Interpretasi Nilai Cronbach's Alpha.....	90
Tabel 4.10: Hasil Uji Realibilitas Variabel Influencer (X_1)	91
Tabel 4.11: Hasil Uji Realibilitas Variabel Online Customer Review (X_2)	91
Tabel 4.12: Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
Tabel 4.13: Analisis Statistik Deskriptif Sebelum Outlier	92
Tabel 4.14: Analisis Statistik Deskriptif Setelah Outlier	93
Tabel 4.15: Kategorisasi Variabel.....	95
Tabel 4.16: Kategori Variabel Influencer (X_1)	95
Tabel 4.17: Kategori Variabel Online Customer Review (X_2).....	95
Tabel 4.18: Kategori Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
Tabel 4.19: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sebelum Outlier	98
Tabel 4.20: Hasil Casewise Diagnostics (Tahap I).....	100
Tabel 4.21: Hasil Casewise Diagnostics (Tahap II)	100
Tabel 4.22: Hasil Casewise Diagnostics (Tahap III).....	100
Tabel 4.23: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Setelah Outlier.....	102
Tabel 4.24: Hasil Uji Multikolinieritas	103
Tabel 4.25: Kriteria Durbin-Watson.....	105
Tabel 4.26: Hasil Uji Autokorelasi.....	106
Tabel 4.27: Interpretasi Nilai Korelasi (r)	106

Tabel 4.28: Hasil Analisis Korelasi Pearson	107
Tabel 4.29: Hasil Analisis Regresi Berganda	108
Tabel 4.30: Hasil Uji T (Parsial)	111
Tabel 4.31: Hasil Uji F (Simultan).....	112
Tabel 4.32: Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Generasi Z	3
Gambar 1.2: Data Pertumbuhan Penjualan FMCG.....	6
Gambar 1.3: <i>Influencer</i> di Shopee	13
Gambar 1.4 Online Customer Review dari Marketplace Shopee	15
Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran Teoritis.....	55
Gambar 4.1: Logo Perusahaan	79
Gambar 4.2: Logo Perusahaan	82
Gambar 4.3: Grafik Normal P-P Plot Sebelum <i>Outlier</i>	97
Gambar 4.4: Grafik Normal P-P Plot Setelah <i>Outlier</i>	102
Gambar 4.5: Hasil Uji Heteroskedastisitas	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian Awal	144
Lampiran 2: Tabulasi Data Instrumen Awal.....	148
Lampiran 3: <i>Output SPSS</i> Uji Validitas dan Realibilitas.....	149
Lampiran 4: Kuisisioner Penelitian	154
Lampiran 5: <i>Output SPSS</i> Data Kuisisioner Karakteristik Responden.....	158
Lampiran 6: Tabulasi Data <i>Influencer</i> (X^1), <i>Online Customer Review</i> (X^2), dan Keputusan Pembelian (Y) Sebelum <i>Outlier</i>	159
Lampiran 7: Tabulasi Data <i>Influencer</i> (X^1), <i>Online Customer Review</i> (X^2), dan Keputusan Pembelian (Y) Setelah <i>Outlier</i>	163
Lampiran 8: <i>Output</i> Perhitungan <i>SPSS</i>	167
Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian Secara <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	172
Lampiran 10: Dokumentasi Kuisisioner Penelitian <i>Offline</i>	175
Lampiran 11: Tabel R.....	179
Lampiran 12: Tabel Durbin Wotson.....	180
Lampiran 13: Tabel T	181
Lampiran 14: Tabel F	182
Lampiran 15 : Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing I	183
Lampiran 16: Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing II	184