

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM ELIXIER MELALUI SHOPEE *SHOP* DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
VALENCIA CHRISTIAWAN
11200847**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM ELIXIER MELALUI SHOPEE *SHOP* DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



DISUSUN OLEH:

VALENCIA CHRISTIAWAN

11200847

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Valencia Christiawan

11200847

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Valencia Christiawan
NIM : 11200847
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM ELIXIER MELALUI SHOPEE SHOP DI KOTA YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 03 Juni 2024

Yang menyatakan



(Valencia Christiawan)
NIM.11200847

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM ELIXIER MELALUI SHOPEE *SHOP* DI KOTA YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Valencia Christiawan

11200847

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Fakultas Bisnis

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal

Senin, 27 Mei 2024

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA (Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)	
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si (Dosen Penguji)	
3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev (Dosen Pembimbing)	

Yogyakarta, 31 Mei 2024


Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM
ELIXIER MELALUI SHOPEE *SHOP* DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 14 Mei 2024



Valencia Christiawan

11200847

HALAMAN MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”

(Filipi 4:6)

“Sebab Tuhan, Dia sendiri akan berjalan di depanmu. Dia sendiri akan menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau; janganlah takut dan janganlah patah hati”

(Ulangan 31:8)

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”

(Yesaya 41:10)

“Janganlah gelisah hatimu; percayalah kepada Allah, percayalah juga kepada-Ku”

(Yohanes 14:1)

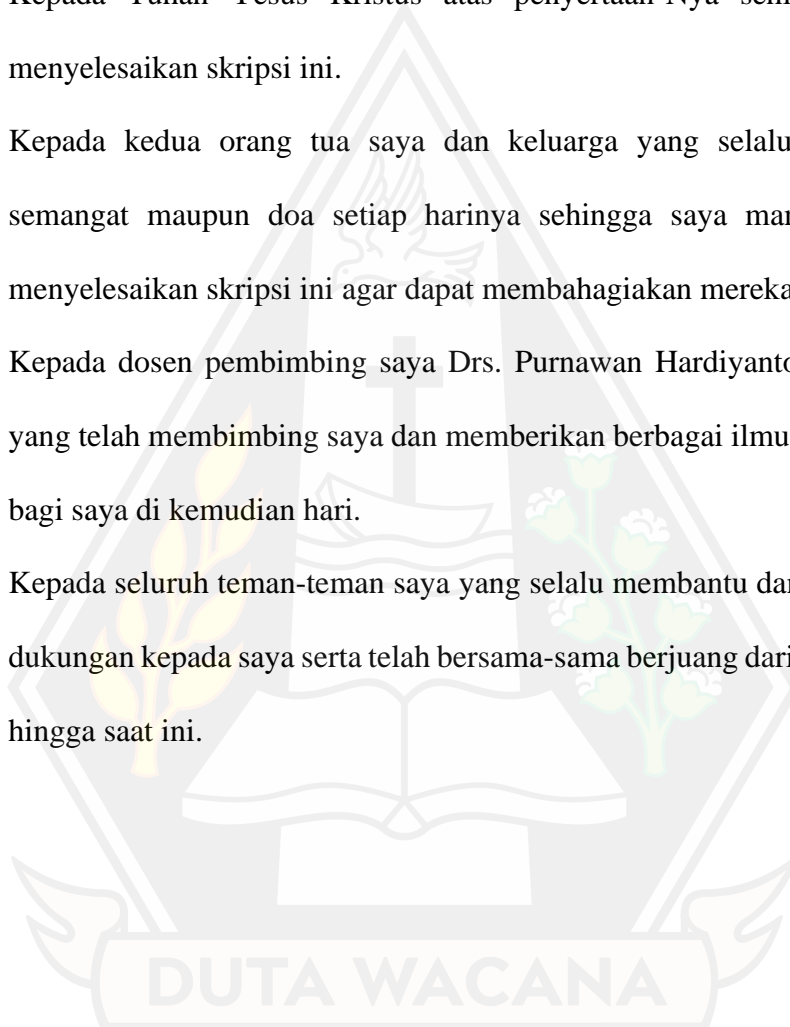
“Percobaan-percobaan yang kamu alami ialah percobaan-percobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menanggungnya”

(1 Korintus 10:13)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah terlibat dalam membantu dan memberikan dukungan penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik dan lancar. Terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan-Nya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua saya dan keluarga yang selalu memberikan semangat maupun doa setiap harinya sehingga saya mampu berjuang menyelesaikan skripsi ini agar dapat membahagiakan mereka semua.
3. Kepada dosen pembimbing saya Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev yang telah membimbing saya dan memberikan berbagai ilmu yang berguna bagi saya di kemudian hari.
4. Kepada seluruh teman-teman saya yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada saya serta telah bersama-sama berjuang dari semester satu hingga saat ini.



KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan anugerah dan penyertaan-Nya yang besar, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Elixier Melalui Shopee Shop Di Kota Yogyakarta”**.

Dalam penyusunan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Valencia Christiawan

11200847

DU TA WACANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Batasan Masalah.....	19
BAB II KAJIAN TEORI.....	20
2.1 Kualitas Produk.....	20
2.2 Persepsi Harga.....	21
2.3 <i>Online Customer Review</i>	22
2.4 Keputusan Pembelian	23
2.5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Perumusan Hipotesis	26
2.7 Kerangka Konseptual	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Sumber dan Jenis Data	28
3.2 Populasi	28
3.3 Sampel.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Uji Instrumen.....	30
3.5.1 Uji Validitas	30

3.5.2 Uji Reliabilitas	30
3.6 Definisi Operasional.....	30
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.8 Uji t.....	32
3.9 Uji F.....	33
3.10 Koefisien Determinasi.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.2 Hasil Uji Instrumen	35
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	35
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	36
4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.4 Hasil Uji t	38
4.5 Hasil Uji F.....	38
4.6 Koefisien Determinasi.....	39
4.7 Pembahasan Hasil	39
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	39
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4.7.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	41
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
5.3 Keterbatasan Penelitian	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	47
Lampiran I Kuesioner Penelitian	47
Lampiran II Data Kuesioner.....	51
Lampiran III Hasil Karakteristik Responden	55
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	62
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Lampiran VI Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Lampiran VII Hasil Uji F	64
Lampiran VIII Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Lampiran IX Tabel R	65

Lampiran X Kartu Konsultasi	66
Lampiran XI Halaman Persetujuan	67
Lampiran XII Lembar Revisi Judul Skripsi	68
Lampiran XIII Lembar Revisi Ujian Pendadaran	69

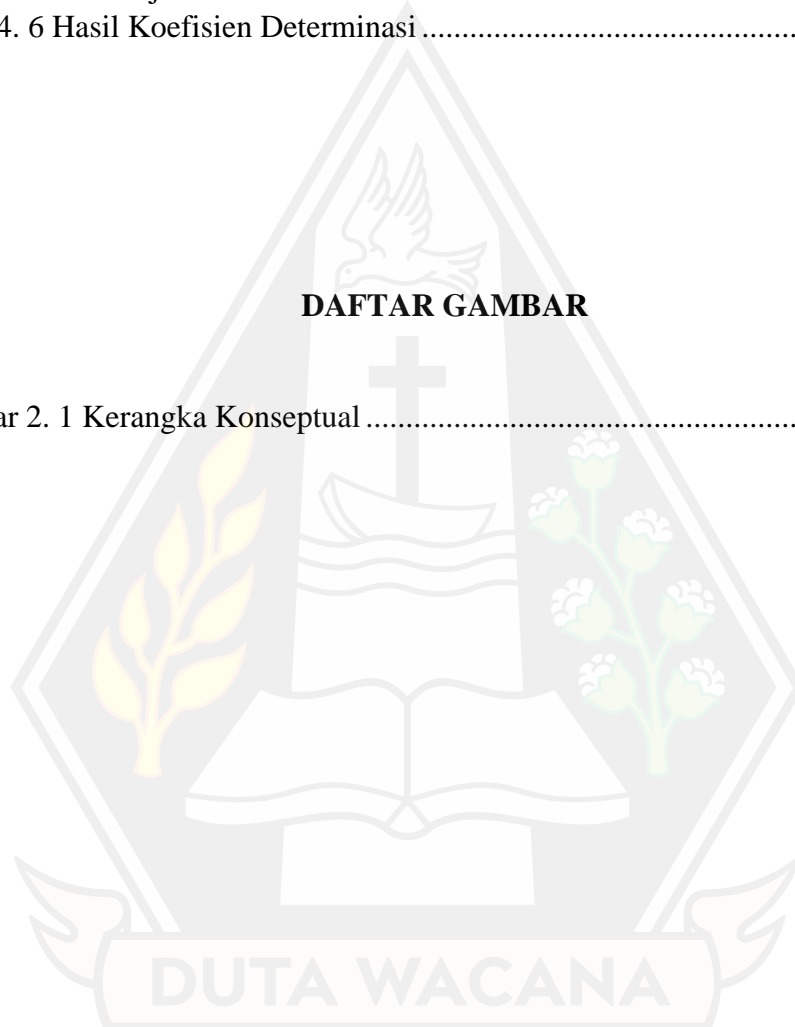


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban	29
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji F	38
Tabel 4. 6 Hasil Koefisien Determinasi	39

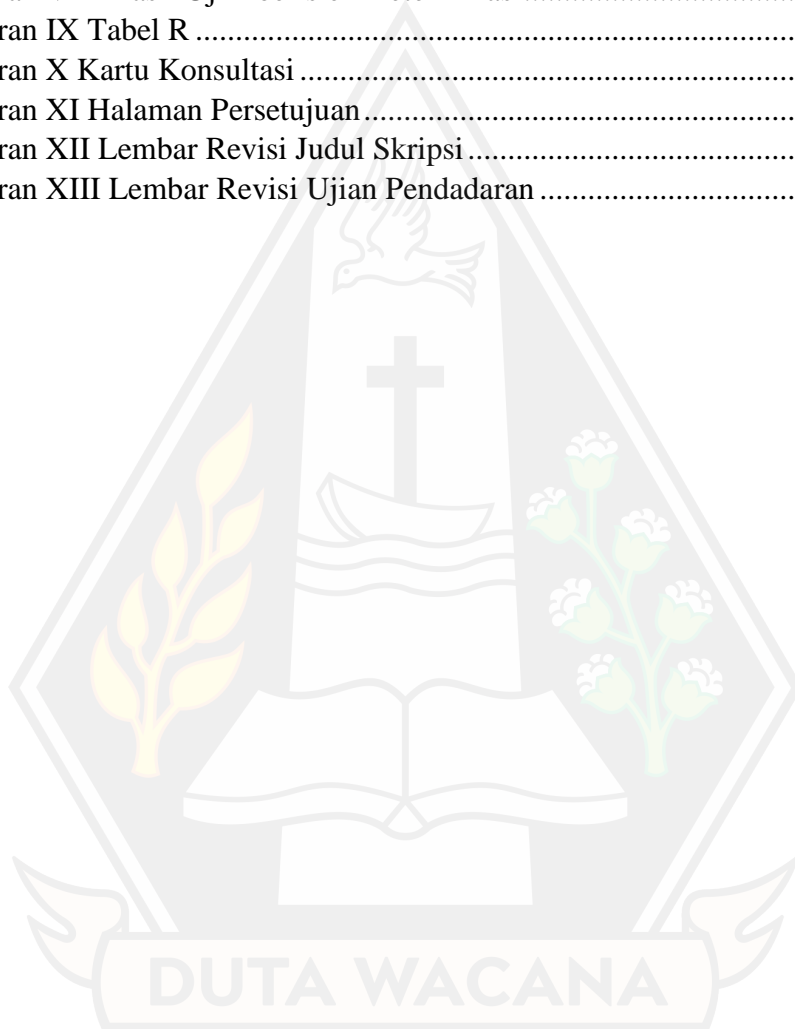
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	47
Lampiran II Data Kuesioner.....	51
Lampiran III Hasil Karakteristik Responden	55
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	62
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Lampiran VI Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Lampiran VII Hasil Uji F.....	64
Lampiran VIII Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Lampiran IX Tabel R	65
Lampiran X Kartu Konsultasi	66
Lampiran XI Halaman Persetujuan.....	67
Lampiran XII Lembar Revisi Judul Skripsi.....	68
Lampiran XIII Lembar Revisi Ujian Pendadaran	69



PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM ELIXIER MELALUI SHOPEE SHOP DI KOTA YOGYAKARTA

VALENCIA CHRISTIAWAN

11200847

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

11200847@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian parfum Elixier melalui *Shopee shop* di Kota Yogyakarta. Metodenya adalah metode kuantitatif dengan data primer melalui penyebaran data kuesioner berbasis Google Form. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Responden merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian parfum Elixier di *Shopee Shop*. Teknik analisis berupa uji regresi linear berganda serta uji hipotesisnya yaitu uji determinan (R^2), uji t, dan uji F yang kemudian data diolah menggunakan SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian, Parfum Elixier

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASE DECISION FOR
ELIXIER PERFUME THROUGH SHOPEE SHOP IN YOGYAKARTA
CITY**

VALENCIA CHRISTIAWAN

11200847

Management Departement, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

11200847@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Product Quality, Price Perception, and Online Customer Review on Purchasing Decisions for Elixier perfume through Shopee shop in Yogyakarta city. The method is a quantitative method with primary data through distributing Google Form-based questionnaire data. The research sample was 100 respondents who were taken using purposive sampling technique. Respondents are people who live in Yogyakarta city and have purchased Elixier perfume at Shopee Shop. The analysis technique is in the form of multiple linear regression tests and hypothesis testing, namely the determinant test (R^2), t test, and F test, which then the data is processed using SPSS Version 25. The results of this study can be concluded that Product Quality, Price Perception, and Online Customer Review have a significant effect on Purchasing Decisions both partially and simultaneously.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Online Customer Review, Purchase Decision, Perfume Elixier.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman yang sudah serba *modern*, parfum saat ini menjadi salah satu barang penting bagi setiap konsumen (Maulana, 2021). Parfum digunakan oleh konsumen untuk dapat meningkatkan percaya diri mereka ketika akan berpergian. Seiring berjalannya waktu, parfum berkembang semakin pesat. Hal ini dibuktikan melalui konsumen yang membutuhkan parfum dalam kehidupan sehari-harinya dan banyaknya perusahaan lokal yang memproduksi parfum dengan berbagai macam aroma yang variatif dan harga terjangkau (Allysa dkk., 2018).

Penjualan parfum di Indonesia pada beberapa tahun terakhir melalui *e-commerce* terus mengalami peningkatan. Nilai ekonomi pada sector *e-commerce* di Indonesia tercatat mencapai USD 59 atau setara dengan 76,62% (Rp922 Triliun) dari total nilai ekonomi digital Indonesia (Liputan6, 2023). Tingginya angka yang didapatkan dipicu akibat peluang pasar penjualan parfum lokal yang membuat berbagai *brand* parfum lokal mulai bersaing hingga saat ini.

Salah satu perusahaan lokal yang memproduksi parfum yaitu parfum merek Elixir. Parfum Elixir ini berasal dari Tangerang, Jawa Barat yang sudah berdiri sejak tahun 2019. Elixir memiliki berbagai macam aroma untuk laki-laki dan perempuan. Parfum untuk laki-laki seperti *Magnestism* dan *Gentleman*. Sedangkan untuk perempuan yaitu *The Elf*, *Enchanted*, *Mon Soleil*, *Merici*, *SelfLove*, *Gardenia*, *Tipsy Dust*, dan *Fall'nPear*.

Komponen penting dalam sebuah keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk memiliki pengaruh positif atas keputusan pembelian dan dijadikan sebagai salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam menciptakan produk guna dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Fauziah dkk., 2023). Aroma menjadi hal paling penting dalam kualitas produk parfum. Kualitas produk dari aroma parfum Elixir tersebut berkualitas baik dikarenakan parfum Elixir memiliki aroma yang tidak kalah dengan parfum mahal dan mampu bertahan lama hingga 8 jam setelah digunakan. Ketika perusahaan terus-menerus meningkatkan kualitas produknya, secara tidak langsung akan memberikan rasa puas, meningkatkan penjualan, dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Sehingga, perusahaan akan lebih unggul dari pesaing lainnya yang memproduksi jenis barang yang sama.

Aspek penting selanjutnya yaitu persepsi harga. Persepsi harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Jamaludin dkk., 2015). Persepsi harga pada umumnya ialah penilaian konsumen terhadap suatu harga barang untuk dianalisis apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan barang yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen pada dasarnya cenderung melakukan perbandingan harga antar produk sebelum memutuskan untuk membeli. Penilaian oleh konsumen mengenai murah, mahal, atau sedangnya suatu produk tergantung dari masing-masing individu dimana setiap orang memiliki persepsi yang berbeda pada tingkatan harga (Setyarko, 2016). Tingginya harga parfum yang ditawarkan,

sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Parfum Elixier ini memiliki harga yang terjangkau mulai dari Rp120.000 hingga Rp150.000.

Semakin berkembangnya teknologi, konsumen merasa terbantu untuk melakukan transaksi *online*, salah satunya yaitu munculnya *e-commerce* seperti Shopee (Noviani & Siswanto, 2022). Konsumen akan melihat ulasan yang ditulis oleh konsumen lain mengenai produk tersebut sebelum melakukan pembelian hal ini yang disebut sebagai *online customer review*. Pendapat lain dikemukakan oleh Rinaja dkk., (2022) menyatakan *online customer review* ialah evaluasi berupa positif maupun negatif mengenai produk yang ditulis oleh konsumen pada *platform online shop*. Banyaknya ulasan positif yang disampaikan oleh konsumen dapat menandakan jika produk memiliki keunggulan yang baik. Ulasan komentar pada parfum Elixier melalui *platform* Shopee yang ditulis oleh para konsumennya banyak yang memberikan ulasan positif dan merasa puas terhadap produk parfum Elixier.

Berdasar pada uraian sebelumnya, penulis mengangkat judul penelitian “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Elixier Melalui Shopee Shop di Kota Yogyakarta*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini, yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian parfum Elixier di kota Yogyakarta?

2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian parfum Elixir di Kota Yogyakarta?
3. Apakah *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian parfum Elixir di Kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian parfum Elixir di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian parfum Elixir di Kota Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian parfum Elixir di Kota Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yakni:

1. Bagi perkembangan ilmu dalam dunia pemasaran
 - a. Mampu memberikan sumber informasi yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian berikutnya.
 - b. Memperkuat teori dunia pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, persepsi harga, dan *online customer review*.

2. Bagi Elixir

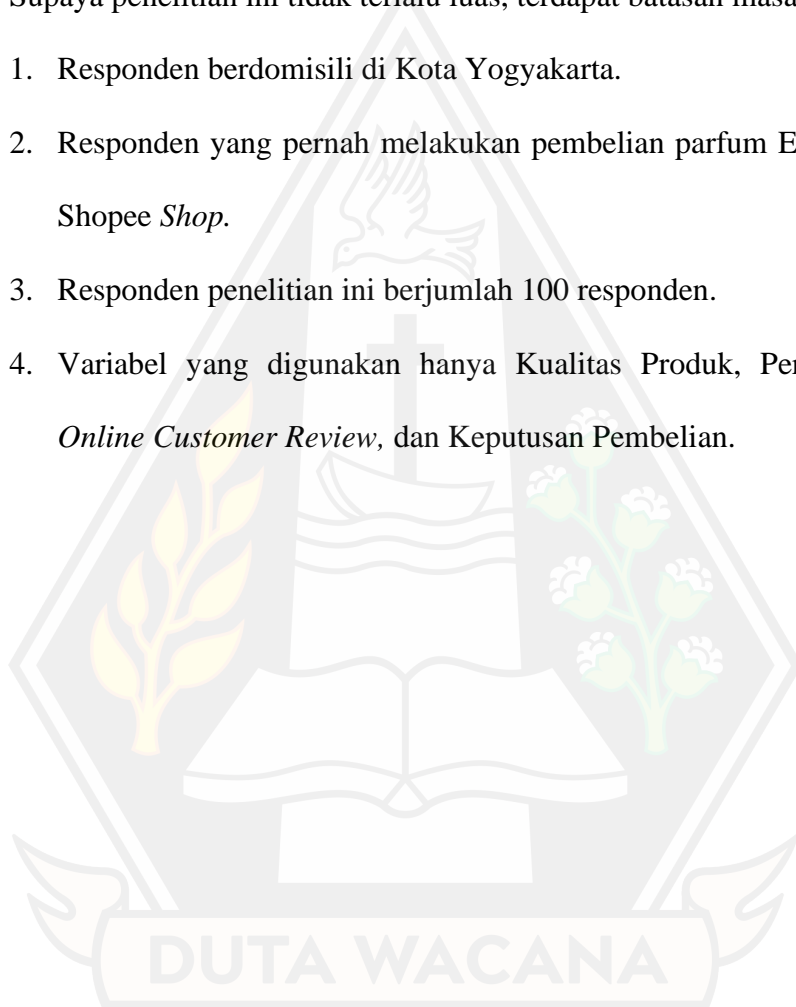
Memberikan informasi bagi perusahaan parfum Elixir agar dapat mengetahui dampak dari kualitas produk, persepsi harga, dan *online customer review* dalam keputusan pembelian.

3. Bagi penulis
 - a. Mampu mengimplementasikan teori dan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dalam konsentrasi pemasaran.
 - b. Mampu meningkatkan kemampuan analisis penulis.

1.5 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak terlalu luas, terdapat batasan masalah yakni:

1. Responden berdomisili di Kota Yogyakarta.
2. Responden yang pernah melakukan pembelian parfum Elixir melalui *Shopee Shop*.
3. Responden penelitian ini berjumlah 100 responden.
4. Variabel yang digunakan hanya Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Elixir melalui Shopee *shop* di Kota Yogyakarta dengan nilai signifikan 0,001.
2. Persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Elixir melalui Shopee *shop* di Kota Yogyakarta dengan nilai signifikan 0,001.
3. *Online customer review* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Elixir melalui Shopee *shop* di Kota Yogyakarta dengan nilai signifikan 0,000.
4. Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Elixir melalui Shopee *shop* di Kota Yogyakarta dengan nilai signifikan 0,000.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diusulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan parfum Elixir. Saran yang dapat diberikan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan mampu mempertahankan untuk menciptakan kualitas produk yang terbaik agar dapat membuat para

konsumen akhirnya mengambil keputusan membeli parfum Elixir.

2. Perusahaan mampu mempertahankan untuk memberikan harga yang terjangkau agar dapat menarik perhatian konsumen baru terhadap parfum Elixir.
3. Perusahaan mampu memperhatikan *online customer review* secara berkala agar mampu membuat konsumen memiliki pandangan atau reputasi yang baik mengenai parfum Elixir.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian yang dilakukan, yakni:

1. Penelitian ini hanya meneliti beberapa faktor seperti kualitas produk, persepsi harga, dan *online customer review* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kota Yogyakarta saja.
2. Sampel penelitian hanya terdiri dari responden yang pernah membeli parfum Elixir melalui *Shopee Shop*, berdomisili di Kota Yogyakarta, dan jumlah responden sebanyak 100 orang.