

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE*

CUSTOMER RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA

E-COMMERCE TIKET.COM

Oleh:

Nama : Jessica

Nim: 24180466

Skripsi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE TIKET.COM

Diajukan Oleh

Nama : Jessica

Nim: 24180466

Jakarta, Februari 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Februari 2022

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Jessica / 24180466/ 2022/ Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention* pada e-Commerce Tiket.com/ Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention* pada e-Commerce Tiket.com.

Perkembangan di bidang teknologi melibatkan masyarakat di era globalisasi saat ini mengalami perubahan pola dan gaya hidup. Teknologi adalah kebutuhan masyarakat, ketahuilah bahwa internet dapat membantu masyarakat dalam banyak hal seperti konektivitas dan jangkauan yang sangat luas, pengurangan biaya komunikasi, interaksi, fleksibel, mampu menyebarkan ilmu dengan cepat dan mudah melakukan transaksi *online*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *online customer review*, *online customer rating* dan *purchase intention*. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *online customer review* dan *online customer rating*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *purchase intention*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner kepada 141 sampel konsumen *marketplace* Tiket.com di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara non probability sampling dengan teknik judgement sampling. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji analisis regresi linear berganda, uji-T, uji-F.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 26.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hasil analisis data menunjukkan terdapat pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian sedangkan *online customer rating* tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *Purchase Intention*.





ABSTRACT

Jessica / 24180466/2022/ *Effect of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Intention on e-Commerce Tiket.com/ Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M*

The purpose of this study is to determine the effect of online customer reviews and online customer ratings on purchase intentions on e-commerce Tiket.com.

Developments in the field of technology involve people in the current era of globalization. Experiencing changes in patterns and lifestyles. Technology is a community need, know that the internet can help people in many ways, such as connectivity and a very wide range, reduction of communication costs, interaction, flexibility, being able to spread knowledge quickly and easily doing online transactions.

The theory used in this research is online customer review, online customer rating and purchase intention. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are online customer reviews and online customer ratings, while the dependent variable in this study is purchase intention.

Data was collected by distributing questionnaires to 141 samples of Tiket.com marketplace consumers in DKI Jakarta. Sampling was done by non-probability sampling with judgment sampling technique. The analytical methods used include validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, multiple linear regression analysis test, T-test, F-test. The test was carried out using the help of SPSS 26.

The conclusion of this study is that the results of data analysis show that there is an influence of online customer reviews on purchasing decisions, while online customer ratings do not affect purchasing decisions.

Keywords: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Purchase Intention.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam menyusun skripsi tentu saja peneliti menemukan banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai ketua program studi manajemen dan dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
3. Seluruh anggota keluarga peneliti yang senantiasa membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan yang tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh teman-teman yang telah berjasa memberikan inspirasi, dukungan, bantuan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, Februari 2022

Jessica

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	7
C. BATASAN MASALAH	7
D. BATASAN PENELITIAN	8
E. RUMUSAN MASALAH	8
F. TUJUAN PENELITIAN	8
G. MANFAAT PENELITIAN	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
I. ONLINE CUSTOMER REVIEW	10
I.A. Pengertian Online Customer Review	10
I.B. Dimensi Online Customer Review	11
I.C. Indikator Online Customer Review	12
II. ONLINE CUSTOMER RATING	14

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



II.A	Pengertian Online Customer Rating	14
II.B	Indikator Online Rating	15
III	MINAT BELI	16
III.A	Pengertian Purchase Intention.....	16
III.B	Indikator Purchase Intention	17
III.C	Dimensi Purchase Intention	18
III.D	Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention	18
IV	E-COMMERCE	19
IV.A	Pengertian E-Commerce	19
IV.B	Dimensi E-Commerce.....	20
IV.C	Jenis-jenis E-Commerce	20
V	PENELITIAN TERDAHULU	22
VI	KERANGKA PENELITIAN	23
VII	HIPOTESIS.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	OBJEK PENELITIAN	26
B.	DESAIN PENELITIAN	26
C.	VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL	28
D.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	32
E.	TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	32
F.	TEKNIK ANALISIS DATA	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
A.	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	42
B.	ANALISIS DESKRIPTIF	43
C.	HASIL PENELITIAN	46
D.	PEMBAHASAN.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	KESIMPULAN	62
B.	SARAN.....	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA..... 65

LAMPIRAN 67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Most Popular Online Travel Agent Service 2

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 22

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 22

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu..... 23

Tabel 3.1 Indikator dan Item Pernyataan Online Customer Review 28

Tabel 3.2 Variabel Online Customer Rating 30

Tabel 3.3 Indikator dan Item Pernyataan Purchase Intention..... 31

Tabel 3.4 Skala Likert 36

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan 44

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia 45

Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Profesi 45

Tabel 4.5 Hasil Validitas Online Customer Review..... 47

Tabel 4.6 Hasil Validitas Online Customer Rating 47

Tabel 4.7 Hasil Validitas Purchase Intention 48

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas..... 48

Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Online Customer Review 49

Tabel 4.10 Nilai Rata-Rata Online Customer Rating 51

Tabel 4.11 Nilai Rata-Rata Purchase Intention 52

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas 53

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Online Customer Review 54

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Online Customer Rating 55

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas 55

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.16 Hasil Uji Kelayakan Model (F) 56

Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (T) Online Customer Review 57

Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (T) Online Customer Rating 58

Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R²) 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 2019-2020..... 2

Gambar 2.1 Ulasan Pelanggan Online dan Peringkat Pelanggan Online24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner Online Customer Review	72
Lampiran 3 Data Pra-Kuesioner Online Customer Rating	74
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Purchase Intention	76
Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas Online Customer Review	78
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Online Customer Rating	78
Lampiran 7 Hasil Output Uji Validitas Purchase Intention	79
Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas Online Customer Review	79
Lampiran 9 Hasil Output Online Customer Rating	79
Lampiran 10 Hasil Output Reliabilitas Purchase Intention	79
Lampiran 11 Data Profil Responden.....	80
Lampiran 12 Data Kuesioner Variabel Online Customer Review.....	85
Lampiran 13 Data Kuesioner Variabel Online Customer Rating	90
Lampiran 14 Data Kuesioner Variabel Purchase Intention	95
Lampiran 15 Hasil Output Online Customer Review.....	100
Lampiran 16 Hasil Output Online Customer Rating	101
Lampiran 17 Hasil Output Purchase Intention.....	102
Lampiran 18 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas.....	103
Lampiran 19 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas	104
Lampiran 20 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Heteroskedastisitas.....	104
Lampiran 21 Hasil Output Uji Analisis Regresi Berganda Uji F	105
Lampiran 22 Hasil Output Uji Analisis Regresi Berganda Uji T	105
Lampiran 23 Koefisien Determinasi (R^2)	105
Lampiran 24 T Table	106
Lampiran 25 R Table	107

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.