

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW***

## **© TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

### ***E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI JAKARTA**

**Oleh :**

**Nama : Marcella Liliana**

**NIM : 26219094**

**Skripsi**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**MARET 2023**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.

## PENGESAHAN

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *E-COMMERCE* BLIBLI.COM DI JAKARTA**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Marcella Liliana**

**NIM : 26219094**

**Jakarta, 12 April 2023**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing



Ir. Dergibson Siagian, M.M.

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2023**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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

Marcella Liliana / 26219094 / 2023 / Pengaruh *Brand Image* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.com / Pembimbing: Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dan pertumbuhan penggunaannya semakin meningkat pesat. Munculnya *e-commerce* memberikan kemudahan untuk berbelanja, masyarakat tidak perlu lagi datang ke toko atau pasar untuk membeli kebutuhan mereka. Di Indonesia *e-commerce* yang berbasis B2B (*Business to Business*) maupun B2C (*Business to Consumer*) semakin banyak bermunculan. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) total *e-commerce* di Indonesia mencapai 26,2 juta. Salah satu *e-commerce* yang terkenal di Indonesia adalah Blibli.com. Dengan banyaknya *e-commerce* yang bermunculan, semakin ketat pula persaingan dalam industri tersebut. Hal ini membuat Blibli.com berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kenyamanan konsumen agar tetap bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah *brand image*, *online customer review* dan keputusan pembelian. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *Brand Image* dan *Online Customer Review*, sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Objek pada penelitian ini adalah *Brand image* dan *online customer review* Blibli.com. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu Teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner elektronik melalui *Google Forms* kepada 124 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* WarpPLS 8.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan *Brand Image* dan *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Marcella Liliana / 26219094 / 2023 / *The Effect of Brand Image and Online Customer Reviews on Consumer Purchase Decisions of Blibli.com*/ Advisor : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

*The development of e-commerce in Indonesia and the growth of its users are increasing rapidly. The emergence of e-commerce makes it easy to shop, people no longer need to come to shops or markets to buy their needs. In Indonesia, B2B (Business to Business) and B2C (Business to Consumer) based e-commerce are increasingly emerging. Based on BPS (Central Statistics Agency) data, the total e-commerce in Indonesia has reached 26.2 million. One of the well-known e-commerce in Indonesia is Blibli.com. With so many e-commerce emerging, the competition in the industry is getting tougher. This makes Blibli.com strive to improve the quality and convenience of consumers to survive in an increasingly fierce market competition.*

*The theory used to support this research is brand image, online customer reviews and purchasing decisions. The independent variables in this study are Brand Image and Online Customer Reviews, while the dependent variable of this study is Purchase Decision.*

*The object of this research is the brand image and online customer reviews of Blibli.com. The data collection technique in this study was a communication technique by distributing electronic questionnaires via Google Forms to 124 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is structural equation modeling using WarpPLS 8.0 software.*

*The results of this study indicate that Brand Image and Online Customer Reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*The conclusion of this study is that all existing hypotheses are proven to have a positive and significant effect.*

**Keywords:** *Brand Image, Online Customer Review, Purchasing Decisions*





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Blibli.com Di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam proses penyusunan Skripsi ini banyak hambatan dan tantangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai dan mencurahkan berkat, kasih karunia, anugerah, dan pengetahuan yang melimpah kepada penulis.
2. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Seluruh keluarga dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis .

Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, April 2023

Penulis

Marcella Liliana

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS



## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	2
ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB 1 PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Identifikasi Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Batasan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Batasan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. KAJIAN TEORI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. <i>Online Customer Review</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Hasil Penelitian Nel Arianty dan Ari Andira (2021).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Hasil Penelitian Supriyadi, Wahyu Wiyani dan Ginanjar Indra K.N (2017).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, sebarkan atau seuruh karya tulis 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.



3. Hasil Penelitian Khoiriyah Indra Cahyani dan Rr Endang Sutrasmawati (2016) ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Bookmark not defined.**

4. Hasil Penelitian Asri Nugrahani Ardianti dan Widiartanto .. **Error! Bookmark not defined.**

5. Hasil Penelitian Korina Tasya Kamila (2019) ..... **Error! Bookmark not defined.**

C. KERANGKA PEMIKIRAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Hubungan *Brand Image* dengan Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Hubungan *Online Customer Review* dengan Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

D. HIPOTESIS ..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB III METODE PENELITIAN ..... Error! Bookmark not defined.**

A. OBJEK PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

B. DESAIN PENELITIAN..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Tingkat Perumusan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Metode Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Pengendalian Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**

4. Tujuan Studi ..... **Error! Bookmark not defined.**

5. Dimensi Waktu ..... **Error! Bookmark not defined.**

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan..... **Error! Bookmark not defined.**

7. Lingkungan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

8. Persepsi Subjek ..... **Error! Bookmark not defined.**

C. VARIABEL PENELITIAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

1. *Brand Image* (X1) ..... **Error! Bookmark not defined.**

2. *Online Customer Review* (X2) ..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Keputusan Pembelian (Y) ..... **Error! Bookmark not defined.**

D. TEKNIK SAMPLING ..... **Error! Bookmark not defined.**

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA ..... **Error! Bookmark not defined.**

F. TEKNIK ANALISIS DATA ..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) ..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Analisis Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**

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.

Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





3.	Skala Likert.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Penilaian <i>Overall Fit</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Aplikasi Blibli untuk Melakukan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Persentase Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F.	Analisis Profil Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G.	Analisis Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
H.	Penilaian Model <i>Fit</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
I.	Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
J.	Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
K.	Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	<i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	<i>Online Customer Review</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Simpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. 2019

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.



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.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1	Persentase Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Aplikasi Blibli.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2	Persentase Responden Berdasarkan Domisili Jakarta .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



Tabel 4. 10 Skor Rata-Rata Variabel *Brand Image* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Skor Rata-Rata Variabel *Online Customer Review* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Hasil Evaluasi Model Struktural..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Pengaruh Antar Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**

Hak cipta dilindungi Undang-Undang IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	1	Ulasan Konsumen Blibli.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2	1	Kerangka Konsep .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4	1	Logo Blibli.com .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4	2	Hasil Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 .....	74
LAMPIRAN 2 .....	77
LAMPIRAN 3 .....	90
1. Uji Validitas.....	90
2. Uji Reliabilitas.....	90
3. Profil Responden .....	91
4. Statistic Deskriptif Setiap Variabel .....	92
5. Hasil Evaluasi Model Structural.....	109
6. Hasil Pengujia Hipotesis.....	110
7. Pengaruh Antar Variabel .....	110

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.