

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**DI DKI JAKARTA**

**Oleh :**

**Nama : Edwin Gutama**

**NIM : 27199017**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE JAKARTA**

**JAKARTA**

**Agustus 2023**



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.



**© 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. Ditarang 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 KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**DI DKI JAKARTA**

**Diajukan Oleh**

**Nama : Edwin Gutama**

**NIM : 27199017**

**Jakarta, 29 Agustus 2023**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**

**(Tumpal J.R. Sitingak, Ir.,M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2023**



## ABSTRAK

Edwin Gutama / 27199017 / 2023 / Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Tokopedia Di DKI Jakarta / Pembimbing : Tumpal J.R. Sitingjak, Ir.,M.M.

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi gaya berbelanja masyarakat dari *offline* menjadi *online*. Berkembang pesatnya *marketplace* memudahkan masyarakat untuk berbelanja secara *online*. Salah satu *marketplace* terkenal di Indonesia yaitu Tokopedia. Sebelum konsumen membeli produk secara *online*, mereka terlebih dahulu mencari informasi terkait produk tersebut untuk mengurangi ketidakpastian dan risiko terkait produk tersebut. Informasi seputar produk bisa didapatkan melalui melihat *Online Customer review* dan *Online Customer rating* yang konsumen lain berikan pada fitur Tokopedia terhadap produk tersebut.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari *online customer review*, *online customer rating*, dan keputusan pembelian. Kemudian didukung oleh hubungan antara *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian.

Objek dalam penelitian ini adalah *marketplace* Tokopedia. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang dibagikan kepada 100 sampel konsumen yang berdomisili di DKI Jakarta dan pernah melakukan belanja secara *online* di *marketplace* Tokopedia pada waktu 3 bulan terakhir. Alat ukur dalam penelitian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS 26. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling dengan pendekatan Teknik dengan metode purposive sampling. Dimana sampel diambil dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dapat mewakili populasi pembeli *marketplace* Tokopedia di DKI Jakarta.

Hasil penelitian ini yaitu terbukti bahwa *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di DKI Jakarta dan *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di DKI Jakarta.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semua hipotesis yang diajukan telah terbukti memiliki pengaruh positif. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan agar Tokopedia fokus pada memberikan kualitas layanan dan produk terbaik. Selain itu, penting bagi Tokopedia untuk melakukan evaluasi dengan memperhatikan *online customer review* dan *online customer rating* yang diberikan oleh konsumen sebagai langkah awal untuk meningkatkan kualitas usaha mereka.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

Edwin Gutama / 27199017 / 2023 / *The Influence Of Online Customer Review And Online Customer Rating on Purchase Decision at Tokopedia marketplace In DKI Jakarta / Mentor : Tumpal J.R. Sitinjak, Ir.,M.M.*

Advance in technology have influenced people's shopping style form offline to online. The rapid development of marketplace makes it easier for people to shop online. One of the know-know marketplace in Indonesia is Tokopedia. Before consumer buy product online, they first seek information related to these product to reduce uncertainty and risks related to these product. Information about the product can be obtyained by looking at online customer ratings that other consumer have provided for the Tokopedia feature for these product.

The theory used to support this research is the definition of an online customer reviews, online customer ratings, and purchase decisions. Then supported by the relationship between online customer reviews and online customer ratings on purchase decisions

The object in this research is Tokopedia marketplace. Deep data collection techniques this research is by using a questionnaire via Google Form which was distributed to 100 consumer sample who are domiciled in DKI Jakarta and have done online shopping at Tokopedia marketplace in the last 3 months. Measuring tools in research are validity test, reliability test, Likert scale, classic assumption test, and multiple linear regression test with SPSS 26 Software tools. Retrieval techniques the sample in this study is non-probability sampling with a technical approach using purposive sampling method. Where the sample is taken by not providing equal opportunities or opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample that can represent the population of Tokopedia marketplace buyers in DKI Jakarta.

The result of this study are proven that online customer reviews have a positive effect on purchasing decisions on Tokopedia marketplace in DKI Jakarta and online customer ratings has a positive effect on purchasing decision on Tokopedia marketplace in DKI Jakarta.

The conclusion of this study is that all the hypotheses proposed have been proven to have a positive effect. Therefore, the author recommends to Tokopedia must focus on providing the best quality services and products. In addition, it is important for Tokopedia to carry out evaluation by paying attention to online customer reviews and online customers ratings given by consumers as a first step to improve the quality of their business.

**Keywords :** *Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Purchase Decision.*

1. Dilarang menjiplak atau menyalin seluruh atau sebagian dari tulisan ini tanpa mencantumkan sumber.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *marketplace* Tokopedia Di DKI Jakarta” sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam menyusun skripsi tentu saja peneliti menemukan banyak hambatan dan kesulitan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, serta nasihat maka peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, Ir.,M.M., Selaku dosen pembimbing dalam proses penyusunan skripsi yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Ketua program studi manajemen dan seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
3. Seluruh anggota keluarga peneliti yang senantiasa membantu, mendoakan dan memberikan dukungan yang tulus sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Zakhesia Vajireh Zangtiago yang selalu membantu peneliti dalam setiap hal dan selalu senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
5. Veronica, Jose, Yierly, Liana, Tiar, Agus, Recky, Liana, Lydia, Ferdian dan teman-teman lainnya yang telah berjasa memberikan inspirasi, bantuan, dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh staff perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan perpustakaan Nasional yang telah membantu peneliti selama pencarian data untuk penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

1. Ditarang 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.



8. Kepada diri sendiri terima kasih telah berjuang, berkomitmen, dan bertanggungjawab dari awal perkuliahan hingga proses penelitian skripsi berlangsung.

Peneliti menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap sekiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, Agustus 2023

Edwin Gutama

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

<b>PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Batasan Masalah .....	13
D. Batasan Penelitian .....	14
E. Rumusan Masalah .....	14
F. Tujuan Penelitian .....	14
G. Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II</b> .....	16
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	16
A. Landasan Teoritis .....	16





1.	Marketplace .....	16
2.	e-WOM (Electronic Word of Mouth).....	17
3.	Online Customer Review .....	18
4.	Online Customer Rating .....	21
5.	<i>Keputusan Pembelian</i> .....	23
B.	Penelitian Terdahulu.....	30
C.	Kerangka Pemikiran .....	36
1.	<i>Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian</i> .....	36
2.	<i>Pengaruh Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian</i> .....	36
D.	Hipotesis Penelitian .....	37
	<b>BAB III .....</b>	<b>38</b>
	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A.	Objek Penelitian .....	38
B.	Desain Penelitian .....	38
C.	Variabel Penelitian .....	40
1.	Variabel Independen (X) .....	40
2.	Variabel Dependen (Y) .....	42
D.	Teknik Pengambilan Sampel .....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	43
F.	Teknik Analisis Data .....	45
1.	Uji Validitas.....	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta 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.





2. Uji Reliabilitas .....	45
3. Analisis Deskriptif .....	45
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>53</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
1. Lokasi Objek Observasi .....	54
2. Tagline Perusahaan.....	54
B. Analisis Deskriptif.....	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reliabilitas.....	56
3. Analisis Profil Responden .....	59
4. Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala .....	61
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
C. Hasil Penelitian.....	70
D. Pembahasan .....	71
1. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
2. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	73

Hak Cipta Milik 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.



**DAFTAR PUSTAKA ..... 75**

**LAMPIRAN ..... 79**

**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.

## DAFTAR TABEL

<p><b>© Hakipta milik IBI KIS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p>	<p>Table 2.1 Penelitian Terdahulu..... 30</p> <p>Table 3.1 Online Customer Review ..... 41</p> <p>Table 3.2 Online Customer Rating ..... 41</p> <p>Table 3.3 Keputusan Pembelian ..... 42</p> <p>Table 3.4 Skala Likert ..... 44</p> <p>Table 3.5 Rentang Skala..... 48</p> <p>Table 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas ..... 57</p> <p>Table 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 59</p> <p>Table 4.5 Skor Rata - Rata Variabel Online Customer Review ..... 61</p> <p>Table 4.6 Skor Rata - Rata Variabel Online Customer Rating..... 63</p> <p>Table 4.7 Skor Rata - Rata Variabel Keputusan Pembelian..... 65</p> <p>Table 4.8 Estimasi Persamaan Regresi..... 67</p> <p>Table 4.9 Hasil Uji Asumsi Klasik..... 68</p> <p>Table 4.10 Pengujian Kesesuaian Model (Uji F) ..... 69</p> <p>Table 4.11 Pengujian Hipotesis Penelitian (UJI T) ..... 69</p>	<p>30</p> <p>41</p> <p>41</p> <p>42</p> <p>44</p> <p>48</p> <p>57</p> <p>59</p> <p>61</p> <p>63</p> <p>65</p> <p>67</p> <p>68</p> <p>69</p> <p>69</p>
---	--	---

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 GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Provinsi Dengan Penetrasi Internet Paling Tinggi di Indonesia .....	4
Gambar 1.3 Tren Perkembangan Pengguna Marketplace di Indonesia Tahun 2017 - 2023. 6	6
Gambar 1.4 Top 10 Marketplace di Indonesia .....	8
Gambar 1.5 Fitur Online Customer Review dan Online Customer Rating Pada Marketplace Tokopedia.....	11
Gambar 2.1 Proses Pegambilan Keputusan.....	24
Gambar 2.2 Teori Abraham Maslow .....	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 4.1 Logo Marketplace Tokopedia.....	54
Gambar 4.2 Menu Tampilan Marketplace Tokopedia.....	55
Gambar 4.3 Tampilan Online Customer Review dan Online Customer Rating Pada Marketplace Tokopedia .....	55
Gambar 4.4 Rentang Skala Variabel Online Customer Review.....	62
Gambar 4.5 Rentang Skala Variabel Online Customer Rating .....	64
Gambar 4.6 Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 : Data Kuesioner 100 Responden.....	82
Lampiran 3 : Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas .....	87
Lampiran 4 : Hasil Output Analisis Deskriptif.....	88
Lampiran 5 : Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik .....	90
Lampiran 7 : Hasil Uji Kesesuaian Model Uji F.....	91
Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis Penelitian Uji T .....	91
Lampiran 9 : Turnitin .....	92

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



- Hal/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.