

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

Oleh:

Nama: Gilbert Japind

NIM: 76190275

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2023

(C) 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.



(C) 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.

PENGESAHAN

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

Diajukan oleh

Nama: Gilberd Japind

NIM: 7619025

Jakarta, 25 September 2023

Disetujui oleh:

Pembimbing

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

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

ABSTRACT

Gilberd Japind/ 76190275/ 2023 / *The Influence of Online Customer Reviews and Online Customer Ratings on Consumer Purchase Decisions on the Tokopedia Marketplace* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

The times and advances in technology have influenced people's shopping styles from offline to online. The rapid development of marketplace makes it easier for people to shop online. One of the big marketplace in Indonesia is Tokopedia. Before consumers buy products online, they first seek information related to these products to reduce uncertainty and risk. This information can be obtained by looking at the reviews and ratings that other consumers have given to the product.

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

The object in this research is Tokopedia. The data collection technique in this study was a communication technique using a questionnaire via Google Form which was distributed to 100 consumer respondents who had shopped online at the Tokopedia marketplace in the last 3 months. Measuring tools in this research are validity test, reliability test, Likert scale, classic assumption test, and multiple linear regression test with SPSS 26 software tools. The sampling technique in this study is non-probability sampling with a judgment sampling approach.

The results of this study are proven that online customer reviews have a positive effect on purchasing decisions on the Tokopedia marketplace and online customer ratings have a positive effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been proven to have a positive effect. The author suggests that Tokopedia can maintain the credibility of existing customer reviews and ratings as one of the features that can provide information and convenience to customers

Keywords: *Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Purchasing Decisions*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Insistansi 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.

Kata Pengantar

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang memberikan kekuatan kepada penulis sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan tepat waktu yang berjudul *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia*”. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis dengan konsentrasi kewirausahaan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi yang dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan berupa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. , selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya dan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan dan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
2. Seluruh dosen dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan bimbingan, bantuan, dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis bagi penulis.
3. Ibu, tante, dan keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan berupa materil dan moril untuk penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.

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.



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.

4. Theofilus Hartomo, Evander Owen, Funi, Roberto dan seluruh teman-teman yang telah memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis selama penyusunan dan penyelesaian skripsi.
5. Para responden yang telah meluangkan waktunya dan bersedia untuk mengisi kuesioner sehingga penulis mendapatkan data yang berguna dalam penyelesaian skripsi.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama penulisan dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi banyak orang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta , Agustus 2023

Penulis

Gilberd Japind



b. Variabel <i>Online Customer Rating</i>	34
2. Variabel Dependen	35
a. Keputusan Pembelian	35
D. Teknik Pengambilan Sampel	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	39
3. Analisis Deskriptif	40
a. Rata-rata hitung (mean).....	40
b. Rentang Skala.....	41
4. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Multikolinearitas	43
c. Uji Heteroskedastisitas.....	43
5. Analisis Regresi Linier Berganda	44
6. Uji Kesesuaian Model (Uji F)	44
7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	45
8. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	46
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Analisis Deskriptif	51
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
2. Mean, Confidence Interval, dan Rentang Skala.....	54
a. <i>Online Customer Review</i>	54
b. <i>Online Customer Rating</i>	56
c. Keputusan Pembelian	58
3. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolinearitas	60
c. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4. Analisis Uji Regresi Linear Berganda	61
5. Uji F	62
6. Uji t	63
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
C. Hasil Penelitian	64
D. Pembahasan	66
a. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	66
b. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. SIMPULAN	68
B. SARAN	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74

C 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Online Customer Review</i>	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Online Customer Rating</i>	34
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	42
Tabel 4.1 Uji Validasi dan Reliabilitas	52
Tabel 4.2 Skor Rata-rata Variabel <i>Online Customer Review</i>	54
Tabel 4.3 Skor Rata-rata Variabel <i>Online Customer Rating</i>	56
Tabel 4.4 Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.9 Pengujian Kesesuaian Model	62
Tabel 4.10 Pengujian Hipotesis Penelitian	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Penjualan Khusus dengan Ijin dari Pustaka 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Kuesioner	74
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i>	77
Lampiran 3 Data Pra-Kuesioner Variabel <i>Online Customer Rating</i>	78
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	79
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i>	80
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel <i>Online Customer Rating</i>	80
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	81
Lampiran 8 Hasil Output Pra-Kuesioner Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i>	81
Lampiran 9 Hasil Output Pra-Kuesioner Uji Reliabilitas <i>Online Customer Rating</i> ..	81
Lampiran 10 Hasil Output Pra-Kuesioner Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner Keputusan Pembelian.....	81
Lampiran 11 Data Profil Responden.....	82
Lampiran 12 Data Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i>	84
Lampiran 13 Data Kuesioner Variabel <i>Online Customer Rating</i>	86
Lampiran 14 Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	89
Lampiran 15 Hasil Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner	91
Lampiran 16 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel Dan Confidence Interval <i>Online Customer Review</i> , <i>Online Customer Rating</i> Dan Keputusan Pembelian.....	94
Lampiran 17 Uji Normalitas	95
Lampiran 18 Uji Multikolinearitas	96
Lampiran 19 Uji Heteroskedastisitas	96
Lampiran 20 Analisis Uji Regresi Linear Berganda	96
Lampiran 21 Uji F.....	97
Lampiran 22 Uji t.....	97
Lampiran 23 Uji R^2	98
Lampiran 24 Daftar Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 25 Surat Pernyataan Orisinalitas.....	100
Lampiran 26 Kartu Bimbingan Skripsi	101
Lampiran 27 Hasil Turnitin.....	102

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (Institusi 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.