

PENGARUH *CUSTOMER BEHAVIOR* DAN *FAKE REVIEWS*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE DI JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama: Naca Bestarian

NIM: 76200033

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2024

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.



LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CUSTOMER BEHAVIOR DAN FAKE REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh:

Naca Bestarian

76200033

Jakarta, 15 Februari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Supriyanto, S.A.B., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Ilirik IBI KKG (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.



ABSTRAK

Naca Bestarian / 76200033 / 2024 / Pengaruh *Customer Behavior* dan *Fake Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee di Jakarta Utara / Pembimbing: Supriyanto, S.A.B., M.Si.

Saat ini dunia sudah beradaptasi dengan era digital yang dapat terlihat pada berbagai kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti internet. Pesatnya perkembangan teknologi menjadi faktor penting dalam mengubah masyarakat di seluruh dunia. Inovasi teknologi telah merambah hampir setiap aspek kehidupan seperti komunikasi, pekerjaan, belanja, bahkan pemikiran. Dalam beberapa dekade terakhir, kita telah melihat revolusi digital yang mempengaruhi pola konsumsi, produksi, dan pemahaman dunia. Teknologi memungkinkan akses terhadap informasi dan berbagai sumber informasi dalam jumlah yang luas dan belum pernah terjadi sebelumnya. Teknologi telah menghubungkan miliaran orang di seluruh dunia. Meskipun kemajuan teknologi membawa manfaat besar, namun juga membawa tantangan dan permasalahan etika yang memerlukan pertimbangan mendalam.

Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi *e-commerce* Shopee. Sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi Shopee yang menetap di wilayah Jakarta Utara. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode untuk pengumpulan data dari penelitian ini adalah menggunakan metode komunikasi dengan cara mengumpulkan kuisioner elektronik *Google Form* dengan jumlah responden sebanyak 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah aplikasi SPSS 26.0. Metode analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Penelitian ini juga menggunakan uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t , uji f , dan uji R^2 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini yang merupakan *Customer Behavior* (X1) dan *Fake Reviews* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara. *Customer Behavior* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan pembelian *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara. Dan *Fake Reviews* memiliki pengaruh negatif terhadap Keputusan pembelian *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Utara.

Kata Kunci: *Customer Behavior*, *Fake Review*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Naca Bestarian / 76200033 / 2024 / *The Influence of Customer Behavior and Fake Reviews on Purchase Decisions in Shopee E-commerce in North Jakarta* / Advisor: Supriyanto, S.A.B.,M.Si.

Currently, the world has adapted to the digital era, evident in various advancements in science and technology, such as the internet. The rapid development of technology is a crucial factor in transforming societies worldwide. Technological innovation has permeated nearly every aspect of life, including communication, work, shopping, and even thinking. In the past few decades, we have witnessed a digital revolution influencing consumption patterns, production, and global understanding. Technology enables access to information and various information sources on an unprecedented scale. It has connected billions of people worldwide. Despite the significant benefits brought about by technological advancements, they also pose challenges and ethical issues that require careful consideration.

The object of this research is the Shopee e-commerce application. The sample in this study consists of Shopee application users residing in the North Jakarta region. The method used for data collection in this research is communication through the collection of electronic questionnaires via Google Form, with a total of 150 respondents. The data analysis technique employed in this study is the application of SPSS 26.0. The analysis methods include validity testing, reliability testing, descriptive statistical analysis, and classical assumption tests consisting of normality test, multicollinearity test, and heteroskedasticity test. The study also employs multiple linear regression analysis and hypothesis testing, including t-test, F-test, and R^2 -test.

The results of this research indicate that both independent variables, Customer Behavior (X1) and Fake Reviews (X2), have a significant influence on the dependent variable, namely Purchase Decision (Y), in the Shopee e-commerce platform in the North Jakarta region. Customer Behavior has a positive impact on the purchase decision in Shopee e-commerce in North Jakarta, while Fake Reviews have a negative impact on the purchase decision in Shopee e-commerce in North Jakarta.

Keywords: Customer Behavior, Fake Review, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH CUSTOMER BEHAVIOR DAN FAKE REVIEWS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE DI JAKARTA UTARA”**.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan izinnya, penulis dapat diberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan menyelesaikan skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.
2. Keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis baik saat melaksanakan proses perkuliahan maupun proses penulisan skripsi.
3. Bapak Supriyanto, S.A.B.,M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing penulis dengan sabar dan cermat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen-dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang senantiasa memberikan ilmu pengajaran yang berguna bagi penulis dan mahasiswalainnya.
5. Nathaniel Devon Wijaya selaku pasangan penulis yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis dengan sabar saat melakukan proses penulisan skripsi.



6. Teman-teman dan sahabat seperjuangan penulis, Elsa Marcella, Marcelline Putri

Lasmana, Christina Meilinda, Maycel Claristha, Silvi Ramawati, Indah Adriani, Agis Tiara Adellia, Chabelita Bella, Selia Permatasari, dan teman-teman lainnya yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak ruang perbaikan baik dari segi penulisan kata-kata, data-data yang tertera maupun analisa yang digunakan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Penulis juga dengan talus menerima kritik dan saran dari berbagai pihak sehingga dapat menjadi pembelajaran dan evaluasi bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie serta para pembaca sekalian. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih

Jakarta, 2 Februari 2024

Penulis

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.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Batasan Penelitian.....	12
1.5 Rumusan Masalah.....	13
1.6 Tujuan Penelitian.....	13
1.7 Manfaat Penelitian	14
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teoritis	16
2.1.1 Pengertian E-commerce	16
2.1.3 Pengertian Customer Behavior	20
2.1.4 Pengertian Online Customer Review	22
2.1.5 Pengertian Fake Reviews	25
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.3.1 Hubungan <i>Customer Behavior</i> dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2 Hubungan <i>Fake Reviews</i> dengan Keputusan Pembelian	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Desain Penelitian	38



3.2.1 Tujuan Studi	39
3.2.2 Strategi Penelitian	39
3.2.3 Unit Analisis	39
3.2.4 Horizon Waktu.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3.2 Manfaat Melakukan Sampling	42
3.4 Lokasi Penelitian	43
3.5 Variabel Penelitian.....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data.....	47
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.7.5 Uji Hipotesis	52
BAB IV	54
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Analisis Deskriptif	57
4.2.1 Karakteristik Tempat Tinggal.....	57
4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	57
4.2.3 Karakteristik Usia	58
4.2.4 Karakteristik Jenis Pekerjaan.....	58
4.2.5 Karakteristik Jumlah Penghasilan Responden	59
4.2.6 Karakteristik Pengguna Shopee	60
4.2.7 Karakteristik Frekuensi Menggunakan Aplikasi Shopee.....	60
4.3 Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.3.2 Analisis Statistik Deskriptif	63
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.3.5 Uji Hipotesis	73
4.4 Pembahasan.....	78
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Behavior</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>E-commerce</i> Shopee di Jakarta Utara.....	78
4.4.2 Pengaruh <i>Fake Reviews</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>E-commerce</i> Shopee di	



Jakarta Utara.....	79
BAB V	81
PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Untuk Pengguna <i>E-commerce</i>	82
5.2.2 Untuk Pemilik toko <i>online</i>	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	91

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

Tabel 1.1	Tabel Perbandingan Produk <i>E-Commerce</i> Shopee, Tokopedia, dan Lazada	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1	<i>Customer Behaviour</i>	44
Tabel 3.2	<i>Fake Reviews</i>	45
Tabel 3.3	Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.2	Rentan Usia Responden.....	58
Tabel 4.3	Jenis Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 4.4	Penghasilan Responden	59
Tabel 4.5	Frekuensi Responden dalam Menggunakan Aplikasi Shopee	60
Tabel 4.6	Hasil Validitas Menggunakan Aplikasi SPSS	61
Tabel 4.7	Hasil Reliabilitas Menggunakan Aplikasi SPSS.....	63
Tabel 4.8	Rata-Rata Hitung (<i>Mean</i>).....	63
Tabel 4.9	<i>Customer Behaviour</i>	64
Tabel 4.10	<i>Fake Reviews</i>	66
Tabel 4.11	Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.12	Hasil <i>Output Coefficients</i>	72
Tabel 4.13	Hasil <i>Output Model Summary</i>	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet	1
Gambar 1.2 Penggunaan <i>E-Commerce</i> pada Tahun 2021.....	3
Gambar 1.3 Penggunaan <i>E-Commerce</i> pada Tahun 2022	3
Gambar 1.4 Penggunaan <i>E-Commerce</i> pada Kuartal I-III 2023	3
Gambar 1.5 Presentase Banyaknya Pembeli yang Membaca Ulasan Online pada Bisnis Lokal.....	7
Gambar 1.6 Jasa <i>Buzzer</i> pada Grup Facebook	8
Gambar 1.7 Jasa <i>Review</i> pada Fiverr	9
Gambar 1.8 Jasa <i>Buzzer</i> pada Shopee	9
Gambar 1.9 Contoh <i>Fake Reviews</i>	10
Gambar 1.10 Contoh <i>Fake Reviews</i>	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1 Skala Likert	51
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	55
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Wilayah Menetap Responden.....	57
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Responden yang Menggunakan Aplikasi Shopee	60
Gambar 4.4 Skala Likert	65
Gambar 4.5 Skala Likert	67
Gambar 4.6 Skala Likert	69
Gambar 4.7 Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.8 Hasil <i>Output</i> Uji Multikolinearitas	71
Gambar 4.9 Hasil <i>Output</i> Uji Heterokedastisitas	72
Gambar 4.11 Hasil <i>Output</i> Uji ANOVA.....	73
Gambar 4.12 Hasil <i>Output</i> Uji <i>Coefficients</i>	73
Gambar 4.13 Hasil <i>Output</i> Uji <i>Coefficients</i>	75
Gambar 4.14 Hasil <i>Output</i> Uji ANOVA.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner	91
Lampiran 2: <i>Goodness of Data</i>	97
Lampiran 3: Hasil <i>Output</i> Data	105
Lampiran 4: Hasil Turnitin	119

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.