

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER*  
*RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA  
(Survei Pada Konsumen Tokopedia Jawa Barat)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI**

**NIM : 20200510047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER***  
***RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA**  
***MARKETPLACE TOKOPEDIA***  
(Survey Pada Konsumen Tokopedia Jawa Barat)

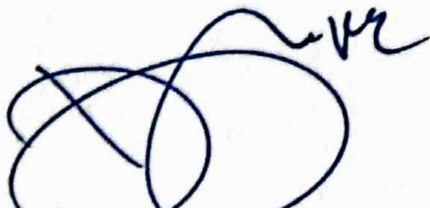
Disusun Oleh :

**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI**  
**20200510047**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

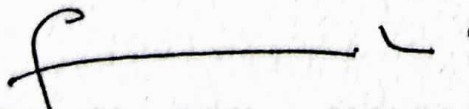
**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I,**



**Dr. Dede Djuniardi, SE., M.M**  
**NIK. 41038031154**

**Penguji II,**



**Fahmi Yusuf, S.Kom., M.M.S.I., Ph.D**  
**NIK. 41038021124**

**Penguji III,**



**Wachjuni, SE., M.M**  
**NIK. 410106710221**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER***  
***RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA**  
***MARKETPLACE* TOKOPEDIA**  
(Survey Pada Konsumen Tokopedia Jawa Barat)

Disusun Oleh :

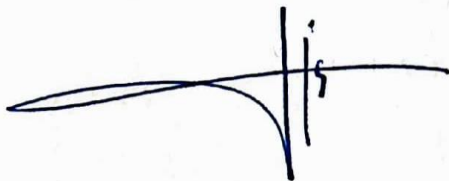
**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI**

**20200510047**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,



**Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si**  
**NIK. 41038971054**

Pembimbing II,



**Wachjuni, SE., M.M**  
**NIK. 410106710221**

***Mengetahui***

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971054**

Kepala Program Studi Manajemen,



**Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.**  
**NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MAKETPLACE* TOKOPEDIA (Survey Pada Konsumen Tokopedia Jawa Barat)**” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sangki yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya saya ini, atas adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 23 April 2024

Yang membuat pernyataan



**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI**

20200510047

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Hasbunallah wanikmal wakil nikmal maula wanikman nasir”

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka tau hanya bagian *succes storynya* aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak terlihat oleh orang lain. Kelak diri kita akan bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap bersyukur dalam keadaan apapun allah selalu memberi ujian sebelum pujian.”

### **Persembahan**

Karyaku kupersembahkan untuk Mamah dan papah tersayang, Ibu Lilis Suryani S.pd., dan Bapak Mamur yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta memberikan doa-doa terbaik, tiada kata yang pantas selain terimakasih atas segala pengorbanan kalian, sehingga karya tulis ini selesai tepat waktu .

Adik tersayang Mutia Rahma dan Restya Tania Putri yang selalu membuat semangat untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan menjadi orang yang berguna.

## ABSTRAK

**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI. 20200510047. 2024. PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA PADA KONSUMEN TOKOPEDIA JAWA BARAT. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Pembimbing II Wachjuni, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia Jawa Barat dengan sampel sebanyak 113 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convienece sampling*. Instrumen penelitian ini berupa angket dalam google formulir yang disebarakan secara langsung pada responden. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolineritas, heteroskendastisitas, analisis regresi berganda dan koefisien dterminasi dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

## ABSTRACT

**SHERLIE ANDIANTARI PUTRI UTAMI. 20200510047. 2024. THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND ONLINE CUSTOMER RATINGS ON PURCHASE DECISIONS ON THE TOKOPEDIA MARKETPLACE AMONG TOKOPEDIA CONSUMERS IN WEST JAVA. Thesis. Management Study Program. Kuningan University. Supervisor I Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Supervisor II Wachjuni, S.E., M.M.**

*This study aims to determine the influence of online customer reviews and online customer ratings on purchase decisions. The method used in this research is quantitative. The population in this study is Tokopedia consumers in West Java with a sample of 113 respondents. The sampling technique used was convenience sampling. The research instrument is a questionnaire in Google Forms distributed directly to the respondents. Data processing techniques include validity testing, reliability testing, normality testing, multicollinearity testing, heteroskedasticity testing, multiple regression analysis, and determination coefficient analysis using IBM SPSS Version 25. The results of the study show that (1) online customer reviews and online customer ratings significantly influence purchase decisions. (2) Online customer reviews have a positive and significant impact on purchase decisions. (3) Online customer ratings have a positive and significant impact on purchase decisions.*

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

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan limpahan Rahmat, Karunia serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

*Alhamdulillah*, atas segala rahmat dan pertolongannya, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia, Konsumen Tokopediadi Jawa Barat”. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini sampai selesai.

Semoga kebaikan semuanya menjadi amal ibadah dan mendapatkan pahala yang berlimpah dari Allah Swt.

Kuningan, 23 April 2024

Peneliti

Sherlie Andiantari Putri Utami

NIM 20200510047



## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai waktu yang telah direncanakan. Perjalanan panjang telah dilalui penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang turut membantu dalam penulisan Skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Orang tua tercinta, Bapak Mamur dan Ibu Lilis Suryani, S.Pd., yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta mendoakan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya.
2. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta selalu memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Wachjuni, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta selalu memberikan ilmu dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Oding Syafrudin, S.Si., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Rina Masruroh , S.E., M.E.,Sy., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
6. Dr. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Terimakasih kepada adik-adik ku tersayang Mutia Rahma dan Restya Tania Putri yang selalu memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada saudara-saudara ku yang selalu mendukung, memberi semangat dan mendoakan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman Kampusku, Putri Hanna, Putri Dwy, Yola, Evita, Intan dan Rully yang selalu memberikan bantuan dan semangat untuk bersama-sama menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih juga kepada teman-teman main ku, Nandita, Zahwa, Rehan,Rahma, Ayu, juga seseorang yang kebersamaiku sejak semester akhir dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu, yang selalu memberikan semangat dan doa-doanya untuk menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERYATAAN OTENSITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK .....	<b>i</b>
ABSTRACT .....	<b>ii</b>
KATA PENGANTAR.....	<b>iii</b>
UCAPAN TERIMA KASIH .....	<b>iv</b>
DAFTAR GAMBAR.....	<b>ix</b>
DAFTAR TABEL .....	<b>x</b>
DAFTAR LAMPIRAN .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Keputusan pembelian.....	16
2.1.2 <i>Online Customer Review</i> .....	20
2.1.3 <i>Online Customer Rating</i> .....	24
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	26
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.1.6 Kerangka Berpikir .....	35
2.1.7 Hipotesis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Metode Penelitian .....	38

3.2 Operasinolisasi Variabel.....	38
3.3 Populasi Sampel.....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel .....	39
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan.....	41
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5 Variabel Penelitian.....	43
3.6 Uji Instrumen .....	43
3.6.1 Uji Validitas Instrumen .....	43
3.6.2 Uji Relibialitas Instrumen.....	47
3.7 Metode Analisis Data.....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.8.3 Analisis Regresi Ganda .....	53
3.8.4 Koefisien Determinasi .....	54
3.9 Uji Hipotesis .....	54
3.9.1 Uji Simultan (Uji F ).....	55
3.9.2 Uji Parsial (Uji t) .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	<b>57</b>
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	57
4.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	59
4.1.3 Analisis Deskriptif .....	64
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.1.4. Analisis Regresi Ganda.....	78
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
4.1.6 Uji Hipotesis .....	80
4.1.7 Pembahasan.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	88

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna dan tingkat penetrasi E-commerce di Indonesia periode 2017-2023 .....	6
Gambar 1. 2 Rating Pengguna Tokopedia .....	8
Gambar 1. 3 Online Customer Review .....	9
Gambar 1. 4 Hasil Prasurvey terhadap 37 responden yang sering menggunakan marketplace di Jawa Barat .....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 4 1 Logo Tokopedia .....	58
Gambar 4. 2 Kedudukan <i>Online Customer Review</i> dalam kriteria .....	67
Gambar 4. 3 Kedudukan <i>Online Customer Rating</i> dalam kriteria .....	71
Gambar 4.4 Kedudukan Keputusan Pembelian dalam kriteria .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Pada Pengunjung E-Commerce .....	11
Tabel 1.2 Reseachr Gap .....	12
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu .....	26
Tabel 3.1 Skala Pengisian Kuesioner.....	42
Tabel 3.2 Uji Validitas Online Customer Review (X1).....	45
Tabel 3.3 Uji Validitas Online Customer Rating (X2) .....	46
Tabel 3.4 Uji Coba Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 3.5 Uji Coba Reliabilitas Online Customer Review (X1).....	48
Tabel 3.6 Uji Coba Reliabilitas Online Customer Rating (X2) .....	48
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas keputusan pembelian (Y).....	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Responeden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Domisili .....	63
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Statistik Online Customer Review.....	64
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Online Customer Review (X2) .....	67
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dtatistik Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda .....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Persial) .....	82

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi  
: Surat Permohonan Izin Penelitian  
: Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuisisioner  
: Kuisisioner
- Lampiran III : Tabulasi Data Hasil Kuisisioner dan Pra-Survey
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS