



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE MARKETPLACE**

SKRIPSI

**FADLLI RIZAL
1717.1111.1063**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

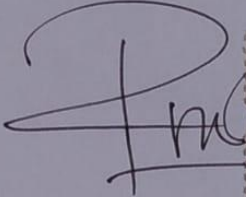
JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil penelitian karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk sudah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 16 Agustus 2021

Fadlli Rizal

1717.1111.1063

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fadlli Rizal
NIM : 1717.1111.1063
Program Study : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Online Customer Review Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online
Marketplace.

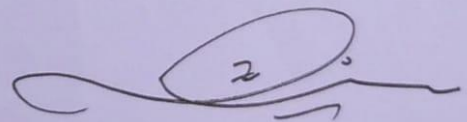
Jakarta, 23 Juli 2021

Puket I Bidang Akademik STIE JIC

The block contains a blue ink signature of Drs. H. Arjuna Wiwaha M.M. and the official logo of STIE JIC, which features a stylized globe and the text 'STIE JIC' below it.

(Drs. H. Arjuna Wiwaha M.M.)

Dosen Pembimbing

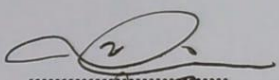
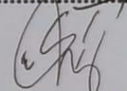
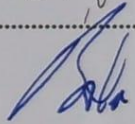
The block contains a black ink signature of Zurlina Lubis S.E. M.M.

(Zurlina Lubis S.E. M.M.)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan : 16 Agustus 2021

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: <u>Drs. H. Arjuna Wiwaha M.M.</u>	
Anggota	: 1. <u>Zurlina Lubis, SE MM</u>	
	2. <u>Dr. Evi Susanti, M.M.</u>	
	3. <u>Drs. Bambang Sri Mulyadi MM.</u>	

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat merampungkan proposal penelitian dengan judul: **“Pengaruh Customer Review Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace”** selesai pada waktunya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini, ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, M.M. Selaku Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M. Selaku Puket 1 STIE Jakarta International Collage.
3. Ibu Dr. Evi Susanti, S.E. M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Pemasaran STIE Jakarta International Collage.
4. Ibu Zurlina Lubis, S.E. M.M Dosen pembimbing atas masukan dan waktunya, serta sangat sabar kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat pada waktunya.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha STIE Jakarta International Collage.
6. Penelitian ini saya persembahkan untuk Bapak Tarjono dan Ibu Khalipah sebagai orang tua penulis. Terima kasih atas segala dukungan berupa

moril, materiel, yang selalu memotivasi dan mendo'akan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.

7. Novita Pancarani istri tercinta dan tersayang yang selalu menemani dan menyemangati mendo'akan dalam menyusun penelitian ini.
8. Bro Apif dan istri yang senantiasa membantu kelancaran dalam menyusun penelitian ini
9. Mas Krisna yang mendukung kelancaran dan kemudahan dalam menyusun penelitian.
10. Keluarga tercinta yang selalu mendukung materi dan semangat serta do'a.
11. Teman-teman jurusan manajemen pemmasaran STIE JIC 2017.
12. Teman-teman satu angkatan STIE JIC 2017 yang selalu mensupport dalam penulisan skripsi.

Semoga Allah senantiasa memberikan rohmat dan membalas kebaikan yang berlipat pada semuanya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya , hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Jakarta, 23 Juli 2021

Fadlli Rizal
1717.1111.1063

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

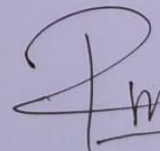
Nama : Fadlli Rizal
NIM : 1717.1111.1063
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

“Pengaruh Online Customer Review Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 23 Juli 2021

Fadlli Rizal
1717.1111.1063

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Online Customer Review dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh Online Customer Review dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian online marketplace.

Penelitian ini dilakukan pada marketplace tokopedia dan shopee adapun waktu penelitian mulai dari februari sampai juli 2021, penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dan metode lapangan. Dan penelitian ini diolah menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keputusan pembelian 76,3% dipengaruhi oleh Online Customer Review dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan Selebihnya sebesar 23,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan promosi.

Kata kunci : Online Customer Review, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Tokopedia, Shopee.

ABSTRACT

This study discusses Online Customer Review and Service Quality on Purchase Decisions. The purpose of this study was to determine the magnitude of the influence of Online Customer Review and Service Quality on online marketplace purchasing decisions.

This research was conducted in the Tokopedia and Shopee marketplaces. The research time is from February to July 2021, this research uses the library method and the field method. And this research was conducted using SPSS 26 software. The results of the study concluded that 76.3% purchasing decisions were made by Online Customer Reviews and Service Quality. Meanwhile, 23.7% is influenced by other factors such as product quality, price, and promotion.

Keywords : Online Customer Reviews, Service Quality, Purchasing Decisions, Tokopedia, Shopee.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
DAFTAR PANITIA PENGUJI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat penelitian	8
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	10
1. Online Customer Review	10
2. Kualitas Pelayanan.....	12
3. Keputusan Pembelian.....	14

B. Penelitian Terdahulu	16
C. Rerangka Penelitian	21
D. Hipotesis	22
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
B. Populasi, Sampel dan Metode Pengumpulan Data	23
C. Definisi Operasional Variabel.....	25
D. Teknik Analisis Data.....	29
E. Gambaran Umum objek Penelitian	42
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi data Responden.....	48
B. Pengolahan Data	70
C. Pengujian Hipotesis	84
D. Pembahasan hasil Penelitian	88
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Keterbatasan.....	91
C. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 : Pengukuran Skala Likert.....	30
Tabel 3.3 : Variabel Online Customer Review (X_1)	31
Tabel 3.4 : Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	32
Tabel 3.5 : Variabel Keputusan Pembelian (Y).	32
Tabel 3.6 : Skor Kelas Interval	35
Tabel. 3.7 : Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1 : Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	52
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Situs / Aplikasi	53
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Produk	53
Variabel Online Customer Review	
Tabel 4.7 : Rekapitulasi Identitas Responden	55
Tabel 4.8 : Tanggapan Pernyataan No.1	55
Tabel 4.9 : Tanggapan Pernyataan No.2	56
Tabel 4.10 : Tanggapan Pernyataan No.3	56
Tabel 4.11 : Tanggapan Pernyataan No.4	57
Tabel 4.12 : Tanggapan Pernyataan No.5	58
Tabel 4.13 : Tanggapan Pernyataan No.6	58

Tabel 4.14 : Tanggapan Pernyataan No.7	59
Tabel 4.15 : Tanggapan Pernyataan No.8	59
Tabel 4.16 : Rekapitulasi Variabel X1	59

Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.17 : Tanggapan Pernyataan No.1	60
Tabel 4.18 : Tanggapan Pernyataan No.2	60
Tabel 4.19 : Tanggapan Pernyataan No.3	61
Tabel 4.20 : Tanggapan Pernyataan No.4	61
Tabel 4.21 : Tanggapan Pernyataan No.5	62
Tabel 4.22 : Tanggapan Pernyataan No.6	62
Tabel 4.23 : Tanggapan Pernyataan No.7	63
Tabel 4.24 : Tanggapan Pernyataan No.8	64
Tabel 4.25 : Tanggapan Pernyataan No.9	64
Tabel 4.26 : Tanggapan Pernyataan No.10	65
Tabel 4.27 : Rekapitulasi Variabel X2	65

Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.28 : Tanggapan Pernyataan No.1	66
Tabel 4.29 : Tanggapan Pernyataan No.2	66...
Tabel 4.30 : Tanggapan Pernyataan No.3	67
Tabel 4.31 : Tanggapan Pernyataan No.4	67
Tabel 4.32 : Tanggapan Pernyataan No.5	68
Tabel 4.33 : Tanggapan Pernyataan No.6	69
Tabel 4.34 : Tanggapan Pernyataan No.7	69

Tabel 4.35 : Tanggapan Pernyataan No.8	70
Tabel 4.36 : Tanggapan Pernyataan No.9	70
Tabel 4.37 : Tanggapan Pernyataan No.10	71
Tabel 4.38 : Tanggapan Pernyataan No.12	72
Tabel 4.39 : Tanggapan Pernyataan No.12	72
Tabel 4.40 : Rekapitulasi Variabel Y	73
Tabel 4.41 : Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	75
Tabel 4.42 : Hasil Uji Multikolonieritas	76
Tabel 4.43 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (X_1).....	78
Tabel 4.44 : Hasil Uji regresi Linear Sederhana (X_2)	80
Tabel 4.45 : Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.46 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana (X_1)	83
Tabel 4.47 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana (X_2)	83
Tabel 4.48 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	84
Tabel 4.49 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (X_1) terhadap (Y).....	85
Tabel 4.50 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (X_2) terhadap (Y).....	85
Tabel 4.51 : Uji Koefisien Determinasi (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)	86
Tabel 4.52 : Uji Statistik T (X_1) terhadap (Y).....	87
Tabel 4.53 : Uji Statistik T Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap (Y).....	88
Tabel 4.54 : Hasil uji F.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Daftar 10 e-commerce yang paling populer di Indonesia	2
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas Histogram.....	72
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas P-Plot	73
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Gambar 4.4 : Grafik Linear Sederhana (X_1) terhadap (Y)	78
Gambar 4.5 : Grafik Linear Sederhana (X_2) terhadap (Y)	80
Gambar 4.6 : Grafik Uji Statistik T (X_1) terhadap (Y).....	87
Gambar 4.7 : Grafik Uji Statistik T (X_2) terhadap (Y)	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Online Customer Review

Lampiran 3 : Tabulasi Data Kualitas Pelayanan

Lampiran 4 : Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 5 : Output SPSS 26

Lampiran 6 : Tabel T

Lampiran 7 : Tabel F

Lampiran 8 : Tabel r

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup