

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DEVITI PADA *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi Kasus pada CV Javin Jaya Makmur)**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Nur Cahyani
NPM : 41183402190152



Starta 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DEVITI PADA *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi Kasus pada CV Javin Jaya Makmur)**

, Tanggal : 6 Maret 2024

Oleh:

Nur Cahyani

NPM : 41183402190152

Disetujui,

Pembimbing

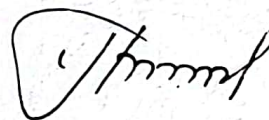


Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*
DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DEVITI PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Kasus pada CV Javin Jaya Makmur)

Tanggal : 14 Maret 2024

Oleh:

Nur Cahyani

NPM : 41183402190152

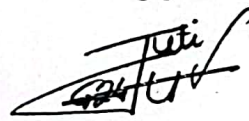
Diuji oleh,

Penguji I



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Penguji II



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

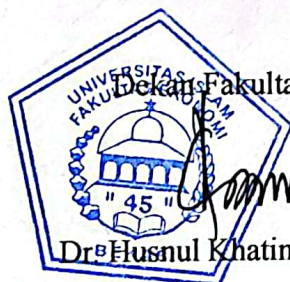
Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Cahyani

NPM : 41183402190152

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Deviti pada *E-Commerce Shopee* (Studi Kasus pada CV Javin Jaya Makmur)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 14 Maret 2024

Yang menyatakan



Nur Cahyani

NPM : 41183402190152

ABSTRAK

Nur Cahyani (41183402190152)

Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Deviti pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus CV Javin Jaya Makmur)

xiv + 114 halaman + 27 tabel + 2 gambar + 3 grafik + 1 diagram + 2024 + 17 lampiran

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *E-Service Quality* dan Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk deviti pada *e-commerce* shopee. Sampel penelitian ini adalah konsumen produk deviti dengan jumlah 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan data yang digunakan adalah wawancara dan data primer dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form*.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk deviti dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *online customer review* β_1 positif yaitu 2,017 dengan tingkat signifikan 0,046 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Variabel *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk deviti dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *online customer rating* β_2 positif yaitu 2,548 dengan tingkat signifikan 0,012 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Variabel *e-service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk deviti dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *e-service quality* β_3 positif yaitu 5,723 dengan tingkat signifikan 0,000 di bawah *level of significant* yaitu 0,05.

Daftar Pustaka : 37 (2013-2023)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari banyak kendala dan rintangan dalam penyelesaian skripsi ini. Tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku Pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan perhatian kepada penulis, mendorong untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Isti Puji Hastuti, S.E., M.E. dan Tuti Sulastri, Dra., M.M. selaku penguji sidang skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan bekal ilmu yang lebih baik dan telah membantu selama proses perkuliahan.
6. Ibu Merry selaku pemilik CV Javin Jaya Makmur dan Ibu Ari Mariana selaku R&D Manajer yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian, serta dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Superhero sekaligus cinta pertamaku Bapak Sukiman terima kasih selalu berjuang untuk kediupan penulis, mampu mendidik penulis memotivasi,

memberikan dukungan, dan untuk pintu surgaku Ibu Warsini yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, serta adik kandung tersayang Fipit Siti Khotimah terima kasih selalu mengingatkan agar tidak lupa dengan sang pencipta Allah Swt.

8. Teman-teman Manajemen khususnya reguler C terima kasih atas dukungan, do'a, kasih sayang, kebersamaan dan telah menjadi teman suka maupun duka.
9. Sahabat tim Ayang yaitu Andini R.F, Mivtahul J, Ranti D.P, Edward R.F, Riadi, Ilham H, dan Lukman A.S yang senantiasa membantu dan memberikan semangat untuk penulis dalam proses skripsi.
10. Semua pihak terlibat yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi namun tidak mengurangi rasa hormat penulis.
11. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena telah melakukan usaha keras dan perjuangan sejauh ini. Wanita kuat di perantauan yang mampu mengatasi berbagai rintangan dan tantangan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan demikian, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang tujuannya untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah Swt. agar membalas semua dukungan, bantuan, dan bimbingan yang diberikan oleh setiap orang. Penulis juga berharap skripsi ini akan dapat menambah ilmu dan mempunyai manfaat bagi para pembacanya. Aamiin.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 14 Maret 2024

Yang menyatakan

Nur Cahyani

NPM : 41183402190152

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR, GRAFIK DAN DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	12
1.5 Sistematika Pelaporan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	14
2.1.1 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2 <i>Online Customer Review</i>	15
2.2.1 Definisi <i>Online Customer Review</i>	15
2.2.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	16
2.3 <i>Online Customer Rating</i>	16
2.3.1 Definisi <i>Online Customer Rating</i>	16
2.3.2 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	17
2.4 <i>E-Service Quality</i>	18

2.4.1	Definisi <i>E-Service Quality</i>	18
2.4.2	Indikator <i>E-Service Quality</i>	18
2.5	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6	Kerangka Pemikiran dan Hipotesisi Penelitian	23
2.7	Hipotesis Penelitian	25
2.7.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	25
2.7.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.7.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	27
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4	Variabel Penelitian	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Jenis dan Sumber Data	29
3.7	Instrument Penelitian.....	30
3.7.1	Variabel Keputusan Pembelian.....	30
3.7.2	Variabel <i>Online Customer Review</i>	31
3.7.3	Variabel <i>Online Customer Rating</i>	32
3.7.4	Variabel <i>E-Service Quality</i>	33
3.8	Metode Analisis Data	33
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	34
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3	Uji Hipotesis	37
3.8.4	Uji Analisis Regresi Berganda	38
3.8.5	Koefisien Determinan (R^2).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	40

4.2.1	Visi Misi Perusahaan	40
4.1.2	Hasil Uji Kualitas Data	41
4.1.3	Karakteristik Responden	45
4.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis	59
4.1.7	Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	63
4.2	Pembahasan	64
4.2.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	65
4.2.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.3	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	67
4.3	Keterbatasan Penelitian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Hasil <i>Review</i> dan <i>Rating</i> Produk Kosmetik pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	3
Tabel 1.2 <i>Pra-Survey</i> Variabel Keputusan Pembelian pada Produk Deviti.....	4
Tabel 1.3 <i>Pra-Survey</i> Variabel <i>Online Customer Review</i> Produk Deviti pada <i>E-Commerce</i> Shopee	6
Tabel 1.4 <i>Pra-Survey</i> Variabel <i>Online Customer Rating</i> Produk Deviti pada <i>E-Commerce</i> Shopee	7
Tabel 1.5 Keluhan Pelayanan Produk Deviti pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	9
Tabel 1.6 <i>Pra-Survey</i> Variabel <i>E-Service Quality</i> Produk Deviti Pada <i>E-Commerce</i> Shopee	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_1).....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X_2).....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_3)	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	44
Tabel 4.6 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengisian Kuesioner	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	48
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_1).....	49
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X_2)	50
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel <i>E-Service Quality</i> (X_3).....	51
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Berdasarkan Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.15 <i>One-Sample Klomogorov-Smirnov Test</i>	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.17 Uji Glejser	59
Tabel 4.18 Hasil Uji t	60

Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Kd)	64

DAFTAR GAMBAR, GRAFIK DAN DIAGRAM

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 <i>Review</i> dan <i>Rating</i> Konsumen terhadap Produk Deviti di Shopee 2023 ..	6
Gambar 1.2 Hasil Ulasan Konsumen terhadap <i>E-Service</i> Deviti di Shopee 2023.....	9
Grafik	
Grafik 1.1 Rata-rata Jumlah Kunjungan Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia (Kuartal I - Kuartal III 2023).....	2
Grafik 4.1 <i>Normal Probability Plot</i>	55
Grafik 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	58
Diagram	
Diagram 1.1 Kerangka Pemikiran.....	24

Lampiran 17 Hasil Turnitin

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

18%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to STIE Ekuitas Student Paper	2%
2	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	2%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
4	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	1%
5	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
8	stiemuttaqien.ac.id Internet Source	1%