

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN
ONLINE COSTUMER RATING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE MARKETPLACE*
(STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS PASIR
PENGARAIAN)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

JULIANTI
NIM : 1625036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : JULIANTI
NIM : 1625036
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN
ONLINE COSTUMER RATING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE MARKETPLACE*
(STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS PASIR
PENGARAIAN)

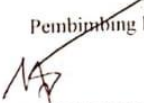
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi
Manajemen pada 26 Februari 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai simpulan dan
saran tim penguji.

Pasir Pengaraian, 4 Maret 2020

Pembimbing I


YULFITA KUSNASE,MM
Nidn. 1024097802

Pembimbing II



MAKMUR,SE,MM
Nidn. 1010038001

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

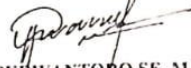
Penguji I


ANDI AFRIZAL,SE,M,SI,A,K,CA
Nidn. 1014118301

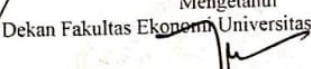
Penguji II


HIDAYAT,SE,MM
Nidn. 1027058603

Penguji III


PURWANTORO,SE,M,SI
Nidn. 1030049001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


ARRAFIQOUR RAHMAN,SE,MM
Nidn. 1028108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Julianti
Nomor Mahasiswa : 085363657329
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh *online costumer review* dan *online costumer rating* terhadap keputusan pembelian *online marketplace* (studi mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, sepanjang pengakuan saya dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Pasir Pengaraian, 03 Februari 2020

Yang membuat pernyataan


Julianti

ABSTRAK

Julianti. Nim 1625036. Tahun 2020. Pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian *online marketplace* (studi mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). Pembimbing Utama: Yulfita Aini SE.,MM dan Pembimbing Kedua: Makmur SE.,MMA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dari *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian *online marketplace* di Universitas Pasir Pengaraian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Sampel penelitian ini berjumlah 96 responden dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Setelah dilakukan perhitungan diperoleh hasil bahwa variabel *online customer review* (X_1), sebesar 0,551 dan *online customer rating* (X_2), sebesar 0,600 yang berpengaruh terbesar adalah *online customer rating* dan variabel *online customer review* berpengaruh lebih rendah terhadap keputusan pembelian *online marketplace*. Maka dari itu para konsumen *online marketplace* harus memberikan *review* setelah melakukan proses pembelian.

Kata kunci : *online customer review*, *online customer rating*, dan keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang segala limpahan Rahmat, Taufik, dan Hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana (S.M) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Saya menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, dari masa kuliah sampai penyusunan Skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini, oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Adolf Bastian,M.,Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro,SE.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen yang memberikan banyak arahan dan pengalaman tentang penelitian.
4. Ibuk Yulfita Aini,SE.,MM Selaku Pembimbing 1 dan Bapak Makmur, SE.,MMA selaku Pembimbing ke 2 yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu semasa perkuliahan.
6. Seluruh Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian yang telah berpartisipasi dalam pembuatan Skripsi ini.

7. Kedua orang tua saya H. Hasbi dan Hj. Zubaidah serta seluruh keluarga besar saya yang mendukung saya dari pertama kuliah sampai penyelesaian Skripsi ini.
8. Seluruh rekan Angkatan Manajemen 16A, Ter khususnya Zurina, S.M dan Arnika Roza yang telah mendukung saya dalam pembuatan skripsi ini.

Akhirnya dengan kerendahan hati, Saya sadar bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat saya harapkan demi kesempatan ini. saya berharap semoga karya saya ini memberikan manfaat bagi kita semua khususnya para pengguna *marketplace*, peneliti selanjutnya dan semua pihak berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen.

Pasir Pengaraian, 03 Februari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematis Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian <i>Online Marketplace</i>	12
2.1.2 Beberapa Keuntungan Belanja di <i>Online Marketplace</i>	13
2.1.3 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	14
2.1.4 Kelemahan <i>Online Costumer Review</i>	17
2.1.5 Indikator <i>Online Costumer Review</i>	18
2.1.6 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	18

2.1.7	Indikator <i>Online Costumer Rating</i>	21
2.1.8	Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.9	Indikator Keputusan Pembelian	26
2.1.10	Dimensi Mengukur Keputusan Pembelian.....	27
2.1.11	Peneliti Terdahulu	28
2.3	Kerangka Konseptual.....	30
2.4	Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.3	Jenis Penelitian	35
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	37
3.7	Instrumen Penelitian	38
3.8	Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Profil Universitas Pasir Pengaraian.....	45
4.1.2	Tujuan Universitas Pasir Pengaraian	46
4.1.3	Fakultas di Universitas Pasir Pengaraian	47
4.1.4	Karakteristik Responden	48
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian	51

4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reliabilitas	53
4.3 Teknik Analisis Data	54
4.3.1 Analisis Deskriptif	54
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.4 Pembahasan Hasil Analisis	67

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penggunaan Jaringan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 E-Commerce dan Marketplace Dengan Pengunjung Terbanyak Triwulan 1 2018 di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Membeli.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedasitas	61