

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Perumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Manajemen.....	14
2.1.2 Pemasaran	16
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	20
2.1.4.1 Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Review</i>	20
2.1.5 <i>Online Customer Rating</i>	21
2.1.5.1 Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Rating</i>	22

2.1.6	Keputusan Pembelian.....	23
2.1.6.1	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran	28
2.4	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian.....	31
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	33
3.2.2	Waktu Penelitian	33
3.3	Definisi Variabel	33
3.3.1	Definisi Konseptual Variabel.....	33
3.3.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	36
3.4.1	Populasi Penelitian	36
3.4.2	Sampel Penelitian	37
3.4.3	Teknik Sampling	37
3.5	Pengumpulan Data Penelitian	38
3.5.1	Sumber Data Penelitian	38
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7	Instrumen Penelitian.....	39
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
3.7.1.1	Uji Validitas	39
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.7.2	Transformasi Data	40
3.7.3	Uji Normalitas	41
3.8	Analisis Data	41
3.8.1	Rancangan Analisis Deskriptif	41
3.8.1.1	Analisis Rentang Skala.....	42
3.8.2	Analisis Verivikatif	43
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.4	Analisis Korelasi	44
3.8.5	Koefisien Determinasi	45

3.8.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.9	Pengujian Hipotesis.....	46
3.9.1	Uji t (Uji Parsial)	46
3.9.2	Uji F (Uji Simultan)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Profil Lokus Penelitian.....	49
4.1.2	Visi dan Misi	49
4.1.3	Logo Perusahaan	49
4.1.4	Profil Responden.....	50
4.1.5	Hasil Pengujian Keabsahan Instrumen.....	51
4.1.5.1	Uji Validitas.....	51
4.1.5.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.1.6	Transformasi Data.....	53
4.1.7	Uji Normalitas.....	53
4.1.8	Analisis Deskriptif	54
4.1.9	Uji Model, Analisis Verifikatif & Uji Hipotesis.....	92
4.1.10	Pengujian Hipotesis.....	97
4.2	Pembahasan Penelitian.....	100
4.2.1	Pembahasan Deskriptif.....	100
4.2.2	Pembahasan Verifikatif.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA		108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		134

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survei.....	8
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2	Indikator Masing-masing Variabel.....	35
Tabel 3.3	Pembobotan Masing-masing Option.....	38
Tabel 3.4	Analisis Rentang Skala.....	42
Tabel 3.5	Makna Dari Analisis Rentang Skala	43
Tabel 3.6	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	45
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	50
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X_1)	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Rating</i> (X_2)	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.7	Uji Normalitas	53
Tabel 4.8	Tanggapan Pernyataan Setiap produk yang dibeli konsumen di Shopee memiliki ulasan/penilaian produk ($X_{1.1}$).....	54
Tabel 4.9	Tanggapan pernyataan Banyak produk yang sudah terkenal di Shopee ($X_{1.2}$)	55
Tabel 4.10	Tanggapan pernyataan Jumlah produk yang dijual di Shopee Sudah banyak ($X_{1.3}$).....	56
Tabel 4.11	Tanggapan pernyataan rata-rata opini yang diberikan konsumen Shopee sudah baik ($X_{1.4}$)	57
Tabel 4.12	Tanggapan pernyataan Konsumen memberikan rekomendasi ke konsumen lainnya untuk membeli produk yang sudah mereka beli di Shopee ($X_{1.5}$)	58
Tabel 4.13	Tanggapan pernyataan Tingkat penyebaran informasi produk di Shopee sudah luas ($X_{1.6}$)	60
Tabel 4.14	Tanggapan pernyataan Tingkat penjualan produk di Shopee Sudah tinggi ($X_{1.7}$).....	61
Tabel 4.15	Tanggapan pernyataan Di Shopee dapat melihat ulasan	

terdahulu (X1.8)	62
Tabel 4.16 Tanggapan pernyataan Di Shopee dapat melihat ulasan terkini (X1.9)	63
Tabel 4.17 Hasil Rekapitulasi <i>Online Customer Review</i>	64
Tabel 4.18 Tanggapan pernyataan Saya percaya fitur <i>rating</i> yang disediakan oleh Shopee (X2.1)	66
Tabel 4.19 Tanggapan pernyataan <i>Rating</i> yang diberikan konsumen jujur (X2.2)	67
Tabel 4.20 Tanggapan pernyataan Pemberian <i>rating</i> oleh konsumen secara profesional sesuai kelebihan produknya (X2.3).....	68
Tabel 4.21 Tanggapan pernyataan Pemberian <i>rating</i> oleh konsumen secara profesional sesuai kekurangan produk (X2.4)	69
Tabel 4.22 Tanggapan pernyataan <i>Rating</i> yang diberikan berguna untuk konsumen lainnya (X2.5).....	70
Tabel 4.23 Tanggapan pernyataan Saya tertarik pada Shopee karena adanya <i>rating</i> dari konsumen lain (X2.6)	71
Tabel 4.24 Tanggapan Pernyataan Saya merasa senang akan informasi yang diberikan oleh konsumen (X2.7)	72
Tabel 4.25 Tanggapan pernyataan <i>Rating</i> yang diberikan memungkinkan untuk membeli setelah melihat atau mendapatkan informasi seputar produk (X2.8)	73
Tabel 4.26 Hasil Rekapitulasi <i>Online Customer Rating</i>	74
Tabel 4.27 Tanggapan pernyataan Saya akan membeli sesuai kebutuhan (Y.1)	76
Tabel 4.28 Tanggapan pernyataan Saya akan membeli berdasarkan Banyaknya varian produk yang dijual (Y.2)	77
Tabel 4.29 Tanggapan pernyataan Saya membeli berdasarkan kualitas Produk (Y.2).....	78
Tabel 4.30 Tanggapan pernyataan Saya membeli berdasarkan popularitas Merek (Y.4).....	79
Tabel 4.31 Tanggapan pernyataan Saya membeli karena percaya terhadap merek suatu produk (Y.5).....	80

Tabel 4.32	Tanggapan pernyataan Saya membeli karena produk mudah didapat di Shopee (Y.6).....	81
Tabel 4.33	Tanggapan pernyataan Saya membeli karena produk tersedia di Shopee (Y.7)	82
Tabel 4.34	Tanggapan pernyataan Saya melakukan pembelian tiap minggu/ bulan/tahun sekali di Shopee (Y.8)	83
Tabel 4.35	Tanggapan pernyataan Saya akan melakukan pembelian berulang sesuai produk yang akan dibeli di Shopee (Y.9).....	84
Tabel 4.36	Tanggapan pernyataan Saya akan membeli pada momen tertentu, misal saat <i>payday</i> atau ketika ada promo lainnya (Y.10).....	85
Tabel 4.37	Tanggapan pernyataan Saya membeli berdasarkan banyaknya jenis produk yang ditawarkan oleh pihak Shopee (Y.11)	86
Tabel 4.38	Tanggapan pernyataan Saya akan membeli produk lebih dari satu pada saat-saat tertentu (Y.12).....	87
Tabel 4.39	Tanggapan pernyataan Saya melakukan pembelian di Shopee karena menyediakan banyak pilihan jenis pembayaran (Y.13).....	88
Tabel 4.40	Tanggapan pernyataan Saya membeli berdasarkan kemudahan pembayaran yang disediakan oleh Shopee baik tunaidan non tunai (Y.14).....	89
Tabel 4.41	Hasil Rekapitulasi Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.42	Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4.43	Hasil Analisis Korelasi <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.44	Hasil Analisis Korelasi <i>Online Customer Rating</i> dengan Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.45	Hasil Analisis Koefisien Determinasi <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 4.46	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4.47	Uji Pengaruh Parsial <i>Online Customer Review</i> (X ₁) Terhadap Keputusan Pembelian Online (Y)	97
Tabel 4.48	Uji Pengaruh Parsial <i>Online Customer Rating</i> (X ₂) Terhadap Keputusan Pembelian Online (Y)	98

Tabel 4.49 Hasil Uji F Variabel *online customer review* (X_1) dan *online customer rating* (X_2) terhadap keputusan pembelian *online* (Y) .. 99

Tabel 4.50 Uji Pengaruh *online customer review* (X_1) dan *online customer rating* (X_2) terhadap keputusan pembelian *online* (Y) 100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proyeksi Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2017-2023	1
Gambar 1.2	Alasan Konsumen Membeli Kebutuhan Secara Online	2
Gambar 1.3	Marketplace Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia	3
Gambar 1.4	Nilai Transaksi Tokopedia, Shopee, Bukalapak	4
Gambar 1.5	Tampilan <i>Online Customer Review</i> dan <i>Rating</i> di Shopee	7
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	29
Gambar 3.1	Flow Chart Desain Penelitian	32
Gambar 3.2	Bar Scale	43
Gambar 4.1	Logo Shopee	49
Gambar 4.2	Skala Baris Tanggapan Responden Setiap produk yang dibeli konsumen di Shopee memiliki ulasan/penilaian produk	55
Gambar 4.3	Skala Baris Tanggapan Responden Banyak produk yang sudah terkenal di Shopee	56
Gambar 4.4	Skala Baris Tanggapan Responden Jumlah produk yang dijual di Shopee sudah banyak	57
Gambar 4.5	Skala Baris Tanggapan Responden Jumlah produk yang dijual di Shopee sudah banyak	58
Gambar 4.6	Skala Baris Tanggapan Responden Konsumen memberikan rekomendasi ke konsumen lainnya untuk membeli produk yang sudah mereka beli di Shopee	59
Gambar 4.7	Skala Baris Tanggapan Responden Tingkat penyebaran informasi produk di Shopee sudah luas	60
Gambar 4.8	Skala Baris Tanggapan Responden Tingkat penjualan produk di Shopee sudah tinggi	61
Gambar 4.9	Skala Baris Tanggapan Responden Di Shopee dapat melihat ulasan terdahulu	62
Gambar 4.10	Skala Baris Tanggapan Responden Di Shopee dapat melihat ulasan terkini	63

Gambar 4.11	Hasil Rekapitulasi <i>Online Customer Review</i>	65
Gambar 4.12	Skala Baris Tanggapan Responden Saya percaya fitur <i>rating</i> yang disediakan oleh Shopee	66
Gambar 4.13	Skala Baris Tanggapan Responden <i>Rating</i> yang diberikan konsumen jujur	67
Gambar 4.14	Skala Baris Tanggapan Responden Pemberian rating oleh konsumen secara profesional sesuai kelebihan produknya	68
Gambar 4.15	Skala Baris Tanggapan Responden Pemberian rating oleh konsumen secara profesional sesuai kekurangan produk	69
Gambar 4.16	Skala Baris Tanggapan <i>Rating</i> yang diberikan berguna untuk konsumen lainnya	70
Gambar 4.17	Skala Baris Tanggapan Saya tertarik pada Shopee karena adanya <i>rating</i> dari konsumen lain	71
Gambar 4.18	Skala Baris Tanggapan Saya merasa senang akan informasi yang diberikan oleh konsumen	72
Gambar 4.19	Skala Baris Tanggapan <i>Rating</i> yang diberikan memungkinkan untuk membeli setelah melihat atau mendapatkan informasi seputar produk	74
Gambar 4.20	Hasil Rekapitulasi <i>Online Customer Rating</i>	75
Gambar 4.21	Skala Baris Tanggapan Saya akan membeli sesuai kebutuhan	76
Gambar 4.22	Skala Baris Tanggapan Saya akan membeli berdasarkan banyaknya varian produk yang dijual	77
Gambar 4.23	Skala Baris Tanggapan Saya membeli berdasarkan kualitas produk	78
Gambar 4.24	Skala Baris Tanggapan Saya membeli berdasarkan kualitas produk	79
Gambar 4.25	Skala Baris Tanggapan Saya membeli karena percaya terhadap merek suatu produk	80
Gambar 4.26	Skala Baris Tanggapan Saya membeli karena produk mudah didapat di Shopee	81

Gambar 4.27	Skala Baris Tanggapan Saya membeli karena produk tersedia di Shopee.....	82
Gambar 4.28	Skala Baris Tanggapan Saya melakukan pembelian tiap minggu/bulan/tahun sekali di Shopee	83
Gambar 4.29	Skala Baris Tanggapan Saya akan melakukan pembelian berulang sesuai produk yang akan dibeli di Shopee.....	84
Gambar 4.30	Skala Baris Tanggapan Saya akan membeli pada momen tertentu, misal saat <i>payday</i> atau ketika ada promo lainnya	85
Gambar 4.31	Skala Baris Tanggapan Saya membeli berdasarkan banyaknya jenis produk yang ditawarkan oleh pihak Shopee	86
Gambar 4.32	Skala Baris Tanggapan Tanggapan pernyataan Saya akan membeli produk lebih dari satu pada saat-saat tertentu.....	87
Gambar 4.33	Skala Baris Tanggapan pernyataan Saya melakukan pembelian di Shopee karena menyediakan banyak pilihan jenis pembayaran.....	88
Gambar 4.34	Skala Baris Tanggapan pernyataan Saya membeli berdasarkan kemudahan pembayaran yang disediakan oleh Shopee baik tunaidan non tunai.....	89
Gambar 4.35	Hasil Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	91
Gambar 4.36	Uji Hateroskedastisitas	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	110
Lampiran 2	Tabel Hasil Kuesioner	113
Lampiran 3	Transformasi Data.....	120
Lampiran 4	Hasil Perhitungan SPSS.....	127
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian.....	131
Lampiran 6	Kartu Bimbingan.....	132
Lampiran 7	Surat Keterangan Lulus Turnitin	134

