

***ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN***
(Survei Pada Produk Smartphone di Layanan Belanja *E-commerce* Blibli.com)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Manajemen



oleh :

Silvia Dewi Kurnia

1601962

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
DAMPAK *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER*
***RATING* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survei Pada Produk Smartphone di Layanan Belanja *E-commerce*
Blibli.com)

Silvia Dewi Kurnia

1601962

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Ayu Krishna Yulawati, S.Sos,MM

NIP. 19710705 200401 2 001

Dosen Pembimbing II



Dr. H. Mokh. Adieb Sultan, ST. MT

NIP. 19810310 200912 1 002

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Heny Hendrayanti, S.IP., M.M

NIP. 19761011 200501 2 002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA BANDUNG
2020

ABSTRAK

Silvia Dewi Kurnia (1601962) “Dampak Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Proses Keputusan Pembelian” (Survei Pada Produk Smartphone di Layanan Belanja E-commerce Blibli.com) dibawah bimbingan Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S. Sos., M.M. dan Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT.

Saat ini perkembangan teknologi membuat adanya pergeseran perilaku khususnya dalam kebutuhan berbelanja, perubahan perilaku pelanggan dalam berbelanja *offline* berpindah ke *online*. Indonesia termasuk yang pertumbuhannya paling cepat dalam belanja *online* melalui *e-commerce*. Dengan adanya fitur *Online Customer Review* dan *online customer rating* dalam sebuah *e-commerce* sangat mendapat banyak perhatian yang sangat besar. OCRs dan OCRt merupakan sebuah bentuk yang menjadi faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelian sebelumnya membuktikan bahwa OCRs dan OCRt mempunyai pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian di *e-commerce*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak OCRs dan OCRt terhadap proses keputusan pembelian pada *e-commerce* Blibli.com. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna *e-commerce* Blibli.com. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif,verifikatif dengan respondennya adalah konsumen yang menggunakan layanan belanja *e-commerce* Blibli.com sebanyak 100 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 22.0 for windows*. Pengujian hipotesis menggunakan Uji-T, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan *online customer review dan online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Kata kunci: *e-commerce,online customer review, online customer rating, proses keputusan pembelian*

ABSTRACT

Silvia Dewi Kurnia (1601962) "The Impact of Online Customer Reviews and Online Customer Rating on the Purchase Decision Process" (Survey on Smartphone Products in Blibli.com E-commerce Shopping Service) under the guidance of Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S. Sos., M.M. and Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT.

Currently, technological developments make changes in behavior, especially in needs, changes in customer behavior in offline moving to online. Indonesia is among the fastest-growing in online shopping through e-commerce. With the Online Customer Review feature and online customer rating in e-commerce, it has received a lot of very great attention. OCR and OCRt are a form that factors in influencing purchasing decisions. Previous research has shown that OCR and OCRt have a significant influence on the purchasing decision process in e-commerce. The purpose of this study is to see the impact of OCRs and OCRt on the purchasing decision process in Blibli.com e-commerce. The subjects in this study were consumers of Blibli.com e-commerce. This type of research is descriptive, verification with 100 respondents who use the e-commerce shopping service Blibli.com. The sampling technique in this study using a purposive sampling method. The analysis technique used is the product-moment correlation coefficient and multiple linear regression analysis using SPSS 22.0 for windows software. Testing using the hypothesis T-test and F test. The results showed online customer reviews and online customer ratings have a positive and significant effect on the purchasing decision process.

Keywords: e-commerce, online customer reviews, online customer ratings, purchasing decision process

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa selalu tercurah kepada junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW, tak lupa kepada keluarganya, para sahabatnya dan juga kita selaku umatnya, amiin.

Dalam Skripsi ini yang berjudul “Dampak Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Proses Keputusan Pembelian” (Survei Pada Produk Smartphone di Layanan Belanja E-commerce Blibli.com). Disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan rampung tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Heru Kurnia dan Leni Hadi, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya
2. Akmal Daffa Kurnia Putra, Salma Nur'Aini Putri Kurnia dan Akram Fauzan selaku adik penulis. Yang sudah menjadi adik yang baik dan bisa di andalkan bagi penulis.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.Pd., selaku Dekan FPEB.
5. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus dosen pemasaran yang bagi penulis, beliau adalah sosok yang membuat penulis termotivasi dalam banyak hal, yang selalu mendukung dan selalu memberikan kemudahan bagi mahasiswanya.
6. Ibu Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S. Sos., M.M. selaku pembimbing I yang senantiasa membantu, membimbing, meluangkan waktu dan pikiran serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT. selaku pembimbing II yang juga senantiasa membantu, membimbing, meluangkan waktu dan pikiran juga memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen yang senantiasa membimbing, memberikan ilmu serta mengajarkan penulis sejak awal masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
9. Pihak Blibli.com yang menjadi objek untuk diteliti oleh penulis dalam skripsi ini.
10. Achmad Ilham Fauzan sebagai partner yang sudah menemani penulis dalam suka cita semenjak SMA hingga saat ini. Terimakasih untuk selalu ada dan menerima keluh kesah penulis juga memberikan dukungan.
11. Ayu Fitri Lestari, Agni Nisya, Aisyah Oktaviani dan Sulistyani Nur'Aini, Sheila Agustin selaku sahabat tedekat dimasa perkuliahan, yang selalu ada menjadi teman diskusi dalam segala hal dan mendengarkan curahan hati, keluh kesah penulis, dan menemani saat-saat suka cita penulis.
12. Diky Rifaldi dan Eka Saputra yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini dengan suka rela dan mengorbankan sedikit waktunya bagi penulis.
13. Elina Fauziah dan Nura Agung yang telah menjadi teman satu perjuangan semenjak Seminar UP hingga saat ini. Saling membantu dan saling dukung yang membuat kami mampu melewati semua kesulitan.
14. Seluruh keluarga besar Manajemen UPI 2016, Zestien! Terimakasih sudah berjuang bersama sejak awal kita duduk di bangku perkuliahan. pengalaman yang sangat menyenangkan menghabiskan empat tahun terakhir bersama kalian. Semoga kekeluargaan dan kebersamaan yang kita rajut selalu dapat terjaga.
15. Terimakasih untuk diri saya sendiri, yang mampu berjuang dalam berbagai fase khususnya melewati masa-masa suka maupun cita dalam perkuliahan, mampu untuk tetap berusaha dan berjuang dalam keadaan apapun.
Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan atas amal baik dan bantuan untuk penulis selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Bandung, 28 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan

Silvia Dewi Kurnia
160962

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>E-Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 <i>E-Marketing Communication</i> (Komunikasi <i>E-Marketing</i>) ...	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Bauran Komunikasi <i>E-Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 <i>Word of Mouth Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.8 <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.9 <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.10 <i>Online Customer Reviews</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.11 <i>Online Customer Rating</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.12 Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.13 Perilaku Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.

2.4	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode dan Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Populasi, Sample dan Teknik Penarikan Sampling..	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8	Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Analisis Data Verifikatif	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4	Uji Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.5	Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
3.8.6	Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
3.9	Analisis Regresi linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.10	Analisis Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.9	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Deskripsi <i>Online Customer Reviews</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Deskripsi <i>Online Customer Rating</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Deskripsi Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Penilaian Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Analisis Pengaruh <i>Online Customer Reviews</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3 Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Aplikasi online shopping terpopuler di Indonesia.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2 Keputusan Belanja Online Melalui E-commerce	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 3 Kategori Produk dalam e-commerce	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 4 Produk Gadget pada Toko 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 5 Produk Gadget pada Toko 2.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 6 Online Customer Review dan Online Customer Rating pada Toko Blibli.com	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 7 Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1.BauranPemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Bauran Komunikasi E-Marketing	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 3 Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 6 Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1LogoBlibli.coM.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Hasil <i>Kontinum Online Customer Reviews</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Hasil <i>Kontinum Online Customer Rating</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 4 Hasil <i>Kontinum Proses Keputusan Pembelian</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas P-Plot	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... Error!
Bookmark not defined.
- Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber DataError! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 3 Data Yang Digunakan.....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 4 Populasi Pengguna layanan Belanja E-CommerceError! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 5 Teknik Pengukuran Variabel.....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 6 Hasil Pengujian Validitas pada Online Customer Reviews (X1)Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 7 Hasil Pengujian Validitas pada Online Customer Rating (X2)Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 8 Hasil Pengujian Validitas pada Proses Keputusan Pembelian (Y)Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 9 Hasil Pengujian ReliabilitasError! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 10 Koefisien KorelasiError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... Error!
Bookmark not defined.
- Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan UsiaError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan PekerjaanError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian SmartphoneError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Review Yang dibaca Sebelum Membeli Produk Smartphone.....Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Review Smartphone yang DipakaiError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 7 Online Customer Review Berdasarkan Indikator Argument QualityError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 8 Online Customer Review Berdasarkan Indikator Source CredibilityError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 9 Online Customer Review Berdasarkan TimelinessError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 10 Online Customer Review Berdasarkan ValenceError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 11 Online Customer Review Berdasarkan VolumeError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 12 Online Customer Rating Berdasarkan CredibleError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 13 Online Customer Rating Berdasarkan Expert Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 14 Online Customer Rating Berdasarkan LikeableError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Penelitian Online Customer RatingError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 16 Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Pengenalan MasalahError! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 17 Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Pencarian InformasiError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 18 Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Evaluasi Alternatif>Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 19 Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Keputusan Pembelian>Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 20 Proses Keputusan Pembelian Berdasarkan Keputusan Pembelian>Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 21 Rekapitulasi Hasil Penelitian Online Customer Reviews>Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Normalitas.....Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 23 Hasil Uji MultikolinearitasError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 24 Output Analisis KorelasiError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 25 Interpretasi Koefisien KorelasiError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 27 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 28 Hasil Uji FError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 29 Uji T.....Error! Bookmark not defined.