

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH MELALUI SHOPEE DI SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

ARLINA DWI PINARESWATI

NPM : 19024010144

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH MELALUI SHOPEE DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :

ARLINA DWI PINARESWATI

NPM : 19024010144

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH
MELALUI SHOPEE DI SURABAYA**

Oleh:

ARLINA DWI PINARESWATI
NPM : 19024010144

Telah diterima pada tanggal
9 Mei 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping



Dr. Noor Rizkiyah, SP., MP.
NIP. 21219740720283

Pembimbing Utama



Ir. Sri Widayanti, MP.
NIP. 19620106 199003 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH
MELALUI SHOPEE DI SURABAYA**

Oleh:

ARLINA DWI PINARESWATI

NPM. : 19024010144

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada Selasa, 4 April 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama


Dr. Noor Rizkiyah, SP., MP.
NIP. 21219740720283



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 tahun 2020, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh *Online Customer Review, Rating,* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih melalui Shopee di Surabaya menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 9 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Arlina Dwi Pinareswati
NPM. 19024010144

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH MELALUI SHOPEE DI SURABAYA”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat melakukan penelitian dan menyelesaikan perkuliahan guna mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa pertolongan Allah SWT, dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ir. Sri Widayanti, MP. selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Noor Rizkiyah, SP., MP. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan pengarahan, motivasi, masukan, serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan ikhlas dan kesabaran untuk membimbing penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku Ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun material untuk penulis.
5. Rekan-rekan Agribisnis 2019 terutama para sahabat yang selalu memberikan dukungan selama kegiatan perkuliahan di Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh pihak yang telah mendukung dalam penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan sumbangan pemikiran yang konstruktif dan bersifat membangun. Penulis berharap dengan tersusunnya skripsi ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 9 Mei 2023

Penulis

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAWANG PUTIH MELALUI SHOPEE DI SURABAYA

THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, AND BRAND IMAGE ON GARLIC PURCHASING DECISIONS THROUGH SHOPEE IN SURABAYA

Arlina Dwi Pinareswati, Sri Widayanti, Noor Rizkiyah

ABSTRAK

Jumlah penduduk yang meningkat diiringi dengan kebutuhan bawang putih akan terus mengalami peningkatan. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen yang berbelanja bawang putih melalui Shopee di Surabaya, menganalisis pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya, menganalisis pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya, dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, kriteria responden berdomisili di Kota Surabaya, pernah membeli bawang putih melalui Shopee di Surabaya minimal 1 kali dalam 6 bulan terakhir, dan berusia 17 tahun ke atas. Jumlah responden ditentukan menggunakan berdasarkan tabel Cohen dan diperoleh sebanyak 50 responden. Pengumpulan data primer menggunakan kuisioner dan data sekunder dari literatur terkait. Penelitian kuantitatif ini menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik konsumen bawang putih melalui Shopee di Surabaya yaitu berjenis kelamin perempuan, berusia 27-31 tahun, berdomisili Surabaya Timur, berstatus menikah, pendidikan terakhir sarjana, bekerja sebagai wiraswasta, pendapatan Rp 4.375.000-8.750.000 per bulan, dan pengeluaran bahan pangan Rp 313.000-626.000 per bulan. *Online customer review* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya. *Online customer rating* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya. *Brand image* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian bawang putih melalui Shopee di Surabaya.

Kata kunci: *online customer review, online customer rating, brand image, keputusan pembelian, bawang putih*

ABSTRACT

The increasing population accompanied by the need for garlic will continue to increase. This study was conducted to describe the characteristics of consumers who shop for garlic through Shopee in Surabaya, analyze the effect of online customer reviews on purchasing decisions for garlic through Shopee in Surabaya,

analyze the effect of online customer ratings on purchasing decisions for garlic through Shopee in Surabaya, and analyze the effect of brand image on purchasing decisions for garlic through Shopee in Surabaya. Determination of the sample using purposive sampling, the criteria for respondents domiciled in Surabaya, have bought garlic through Shopee in Surabaya at least once in the last 6 months, and are aged 17 years and over. The number of respondents was determined using based on Cohen's table and obtained 50 respondents. Primary data collection using questionnaires and secondary data from related literature. This quantitative research uses descriptive analysis and SEM-PLS. The results showed that the characteristics of garlic consumers through Shopee in Surabaya are female, 27-31 years old, domiciled in East Surabaya, married, with a bachelor's degree, working as an entrepreneur, income of IDR 4,375,000-8,750,000 per month, and food expenditure of IDR 313,000-626,000 per month. Online customer reviews has a significant positive effect on the decision to purchase garlic through Shopee in Surabaya. Online customer rating has no effect on purchasing decisions for garlic through Shopee in Surabaya. Brand image has a significant positive effect on the decision to purchase garlic through Shopee in Surabaya.

Keywords: Online customer review, online customer rating, brand image, purchasing decision, garlic

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Bawang Putih	22
2.3 Pemasaran <i>Online</i>	24
2.3.1 Konsep Inti Pemasaran	24
2.3.2 Konsep Pemasaran <i>Online</i>	27
2.4 <i>Marketplace</i>	30
2.5 <i>Electronic World of Mouth</i>	34
2.5.1 <i>Online Customer Review</i>	35
2.5.2 <i>Online Customer Rating</i>	37

2.6	<i>Brand Image</i>	38
2.7	Perilaku Konsumen	41
2.7.1	Perilaku Konsumen di Era Internet.....	43
2.7.2	Perilaku Konsumen Sayur dan Buah <i>Online</i>	45
2.8	Keputusan Pembelian	46
2.9	Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis	50
2.9.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	50
2.9.2	Hipotesis Penelitian	52
III.	METODE PENELITIAN	53
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	53
3.2	Metode Penentuan Lokasi	53
3.3	Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1	Data Primer	56
3.4.2	Data Sekunder	57
3.5	Metode Analisis Data	57
3.5.1	Metode Analisis Deskriptif.....	58
3.5.2	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan WarpPLS.....	59
3.5.2.1	<i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i>	60
3.5.2.2	<i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i>	63
3.5.2.3	Prosedur dalam Analisis SEM-PLS.....	65
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	68
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1	Gambaran Umum Shopee	72
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Shopee	72
4.1.2	Visi dan Misi Shopee.....	74

4.1.3 Layanan Penilaian Produk Shopee	75
4.2 Gambaran Umum Kota Surabaya	77
4.2.1 Geografi Kota Surabaya.....	77
4.2.2 Penduduk Kota Surabaya	77
4.3 Karakteristik Responden	79
4.3.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.3.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	80
4.3.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili Wilayah Surabaya.....	81
4.3.4 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan....	81
4.3.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir..	82
4.3.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.3.7 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	83
4.3.8 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Bahan Pangan.....	84
4.3.9 Persentase Jawaban Responden	85
4.4 Pengolahan Data Penelitian	100
4.4.1 <i>Outer Model</i>	100
4.4.2 <i>Inner Model</i>	107
4.4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	111
4.4.4 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	116
4.4.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	121
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran.....	129
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	129

5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Sayur-Sayuran Kota Surabaya 2020-2021 (Satuan Komoditas/ons).....	2
2.1	Wilayah Pemasaran <i>Online</i>	28
3.1	Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model PLS-SEM	55
3.2	Jawaban dan Skor Kuisisioner Skala Likert	57
3.3	Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran.....	69
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	80
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Surabaya	81
4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	81
4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	83
4.7	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	83
4.8	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Bahan Pangan	84
4.9	Skor Kuisisioner untuk Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1).....	85
4.10	Skor Kuisisioner untuk Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	89
4.11	Skor Kuisisioner untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....	92
4.12	Skor Kuisisioner untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.13	Nilai <i>Outer Loading</i> dan <i>P-value</i>	101
4.14	Nilai AVE	102
4.15	Nilai <i>Cross Loading</i>	103
4.16	Nilai Akar AVE.....	103
4.17	Rasio HTMT	104
4.18	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	105

4.19 Nilai VIF, <i>P-value</i> , <i>Outer Weight</i> , dan WLS	106
4.20 Nilai <i>Path Coefficients</i> , <i>P-Value</i> , dan <i>Effect Size</i>	107
4.21 Nilai Koefisien Determinasi dan <i>Predictive Relevance</i>	110

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Data APJII Konten Internet yang sering Diakes, diolah	3
1.1	<i>Review</i> dan <i>Rating</i> Pembelian Bawang Putih melalui Shopee di Surabaya.....	6
1.3	Tampilan Etalase Produk Bawang Putih di Shopee	7
2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	51
3.1	Model Jalur Penelitian Pengaruh <i>Online Customer Review</i> , <i>Rating</i> , dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih Melalui Shopee di Surabaya.....	66
4.1	Logo Shopee	72
4.2	<i>Home Page</i> Shopee	73
4.3	Langkah Memberikan <i>Review</i> dan <i>Rating</i> di Shopee	76
4.4	Model Struktural Penelitian	108

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Indikator, Variabel, Item, dan Skala Penelitian	139
2.	Kuisisioner Penelitian	141
3.	Karakteristik Responden	146
4.	Tabulasi Data Penelitian	149
5.	Dokumentasi Menghubungi Responden	151
6.	<i>Letter of Acceptance</i> Jurnal Ilmiah	152