

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SILABUS OFFICIAL DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

AGUNG EKO PRASETYO
18012010169/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
2023**

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SILABUS OFFICIAL DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



OLEH :
AGUNG EKO PRASETYO
18012010169/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SILABUS
OFFICIAL DI SURABAYA

Yang Diajukan Oleh :

Akbar Eko Prasetyo
18012010169/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 12 Mei 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dra.Ec. Nurianti Takarini, M.Si
NIP. 196508141991032001

Pembimbing Utama

Rizky Dermawan, S.E, M.M
NIP. 197210042001121001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa
Timur

Dra.Ec. Tri Kartika Pertwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Eko Prasetyo
NPM : 18012010169
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SILABUS OFFICIAL DI SURABAYA

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai yang berlaku apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 15 Mei 2023

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Rizky Dermawan, S.E, M.M
NIP. 197210042001121001



Agung Eko Prasetyo
18012010169

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Online Customer Review dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Silabus Official di Surabaya**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ekonomi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Selama proses studi dan penggerjaan penelitian ini peneliti telah banyak menerima saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, Mt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu. Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Rizky Dermawan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan waktunya dalam penyusunan usulan penelitian ini.
4. Andik Putra Romadhoni dari pihak Silabus Official yang telah memberikan izin dan informasi.

5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen yang turut membantu proses penggerjaan usulan penelitian ini.
6. Kedua Orang tua saya yang telah memberikan motivasi dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
7. Sahabat dan teman saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi saya.

Surabaya, 20 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Perilaku Konsumen	15
2.2.2 Online Customer Review	17
2.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1 Variabel Bebas (Independent Variable)	30
3.1.2 Variabel Terikat (Dependent Variable).....	31
3.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Jenis Data	34
3.4.2 Sumber Data.....	34
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	35
3.5.1 Metode Analisis Data.....	35
3.5.2 Cara Kerja PLS	37
3.5.3 Langkah Langkah PLS	38
3.5.4 Asumsi PLS.....	44
3.5.5 Ukuran Sampel.....	45
3.5.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	45
3.6 Model Kerangka Pemikiran	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.2 Karakteristik dan Deskripsi Responden.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Deskripsi Responden Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1)	49
4.2.3 Deskripsi Responden Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2)	51
4.2.4 Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
4.3 Analisis Data	55
4.3.1 Evaluasi Outlier.....	55
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	57
4.4 Pembahasan.....	65

4.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Online Customer Review Silabus Official Pada Marketplace Shopee	6
Gambar 1. 2 Akun Instagram Silabus Official.....	10
Gambar 3. 1 Model Kerangka Pemikir	46
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R- Square	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Silabus Official Tahun 2021	4
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X1).....	49
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Social Media Marketing (X2)	51
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 6 Uji Outlier	56
Tabel 4. 7 Outer Loading	57
Tabel 4. 8 Cross Loading	58
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 4. 10 Composite Reliability	60
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations	61
Tabel 4. 12 R-Square.....	63
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner	72
Lampiran 2 Tabulasi Kuisioner.....	76

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah model dari online customer review dan social media marketing memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian customer Silabus Official. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi ialah adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Silabus Official yang berada di Surabaya dengan jumlah sampel 72 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey dan menggunakan partial least square sebagai alat analisis data. Dari hasil penelitian didapat bahwa online customer review dan social media marketing mempengaruhi keputusan pembelian customer Silabus Official yang berarti semakin baik ulasan dari customer lain dan usaha pemasaran melalui social media akan semakin membuat customer untuk melakukan keputusan pembelian.