

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KEAMANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*MARKETPLACE TOKOPEDIA* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**Dinda Meryssa Bella**

**19012010011/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, KEAMANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*MARKETPLACE TOKOPEDIA* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh :**

**Dinda Meryssa Bella**

**19012010011/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2023**

SKRIPSI

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**DINDA MERYSSA BELLA**  
19012010011/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 : 30 Mei 2023

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Pembimbing Utama

**Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M.**  
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,

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



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
NIP. 196304201991032001

30 MAY 2023

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Meryssa Bella

NIM : 19012010011

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir: Pengaruh *Online Customer Review*, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2023

Yang Menyatakan



(Dinda Meryssa Bella)

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Online Customer Review, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia” dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan penyusunan usulan penelitian ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec.Tri Kartika P., MSI., CRP selaku dekan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur

4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan, arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM. selaku dosen wali selama penulis melakukan studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
6. Kedua Orang Tua tercinta, Ayah, Ibum dan Bintang yang selalu hadir dengan cinta, do’a dan merupakan kekuatan terbesar bagi peneliti untuk terus belajar dan tetap kuat ketika dihadapi situasi tersulit sekalipun, dan juga dukungan moril dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) angkatan 19 tersayang khususnya Shafiria, Faqih, Pendik, Ike dan yang lainnya yang sudah memberikan motivasi dan dukungan tanpa henti sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
8. Terima kasih untuk Muhammad Andrino Rachmawan yang selalu bersama penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan, dan selalu memberikan dukungan, do’a tiada henti serta tetap menjadi member kopi kenangan dan menjadi rumah yang teduh sampai akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tidak ada yang sempurna didunia ini, begitupun dengan pengetahuan, kemampuan serta waktu yang penulis miliki sehingga skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap akan muncul penelitian-penelitian baru sebagai pelengkap dan

penyempurna penelitian skripsi ini. Kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat di harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini dimasa yang akan datang. Dengan demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Januari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Pemasaran .....	17
2.2.2 Online Customer Review .....	18
2.2.3 Keamanan .....	21
2.2.4 Kepercayaan Konsumen .....	24
2.2.5 Keputusan Pembelian .....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 Kerangka Konseptual .....	32
2.5 Perumusan Hipotesis .....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.1.1 Definisi Operasional .....	34



3.1.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Teknik Analisis Data .....	40
3.3.1 Uji Kualitas Data .....	40
3.3.1.2 Pengukuran Struktural (Inner Model).....	42
3.3.2 Uji Hipotesis .....	43
3.4 Kepuasan Metode Patial Least Square (PLS).....	43
3.5 Pengukuran Metode Least Square (PLS) .....	43
3.5.1 Langkah-langkah PLS.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.1.1 Profil Perusahaan .....	51
4.2 Deskripsi Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Deskripsi Data Penelitian.....	55
4.2.3 Statistik Deskriptif .....	55
4.2.4 Deskripsi Variabel Online Customer Review.....	58
4.2.5 Deskripsi Variabel Keamanan .....	60
4.2.6 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	63
4.2.7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	64
4.3 Analisis Data .....	67
4.3.1 Evaluasi Outlier .....	67
4.3.2 Hasil Interpretasi PLS .....	68

4.4 Pembahasan .....	81
4.4.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian..	81
4.4.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN.....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Tabel 1. 2 Daftar Situs Marketplace di Indonesia.....	4
Tabel 1. 3 Rata-rata jumlah pengunjung situs Tokopedia.....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik responden .....	53
Tabel 4. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Online Customer Review (X1) .....	55
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Keamanan (X2).....	56
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan (X3) .....	56
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Online Customer Review .....	58
Tabel 4. 9 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keamanan .....	60
Tabel 4. 10 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan .....	63
Tabel 4. 11 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4. 12 Uji Outlier .....	67
Tabel 4. 13 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	69
Tabel 4. 14 Cross Loading .....	71
Tabel 4. 15 Average Variance Extracted (AVE) .....	72
Tabel 4. 16 Composite Reliability .....	73
Tabel 4. 17 Latent Variabel Correlation .....	74
Tabel 4. 18 R-Square.....	77
Tabel 4. 19 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Fitur Online Customer Review</i> .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 3.1 Diagram Jalur Partial Least Square .....	46
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia .....	52
Gambar 4. 2 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R-Square.	76
Gambar 4. 3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Boothstraping ....	80

## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1. Kuisisioner .....	92
Lampiran 2 Deskriptif Data Jawaban Responden .....	98
Lampiran 3 Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden .....	99
Lampiran 4 Uji Outlier .....	105
Lampiran 5 Hasil Olah Data PLS .....	106

## ABSTRAKSI

Pada saat keadaan pandemic covid-19 semua orang cenderung melakukan aktivitas dirumah dan memenuhi kebutuhan hidupnya dari rumah, meningkatnya angka masyarakat yang berbelanja online telah membangkitkan ekonomi nasional dunia dan para pedagang lainnya yang beralih berjualan online, Setelah 2 tahun dunia dilanda pandemic Covid19 mengalami peningkatan fenomena berbelanja online atau *marketplace* yang semakin pesat guna memenuhi kebutuhan hidup seseorang.

Salah satu *marketplace* tersebut adalah Tokopedia, Tokopedia menjadi salah satu e-commerce yang memiliki banyak pengguna di Indonesia. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan berbelanja secara online seperti pertimbangan ulasan produk, keamanan, serta kepercayaan pada e-commerce tersebut. Penurunan top brand dan jumlah pengunjung tokopedia, dan beberapa masalah seperti pertimbangan ulasan konsumen yang rendah, meningkatkannya kasus penurunan tingkat keamanan dan rasa percaya konsumen karena kasus penipuan semakin banyak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *online customer review*, keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace tokopedia di Surabaya. Populasi dari penelitian ini menarik sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu adalah pengguna dari aplikasi Tokopedia yang pernah berbelanja pada marketplace Tokopedia di Kota Surabaya sebanyak 108 responden. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *online customer review*, keamanan dan kepercayaan berkontribusi pada keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia di Surabaya

**Kata Kunci:** *Online Customer Review* ; Keamanan ; Kepercayaan ; Keputusan Pembelian