

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER  
RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KECAMATAN  
TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh :**

**MOH. FAJAR BAHARI**  
**18012010119/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA  
TIMUR**

**2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER  
RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KECAMATAN  
TANJUNGANOM KABUPATEN NGANJUK**

**Disusun Oleh :**

**MOH. FAJAR BAHARI**  
**18012010119/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 : 27 Juli 2022**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Sulastris Irbayuni, S.E., M.M**  
**NIP. 196206161989032001**

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

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

12 AUG 2022

  
**Prof. Dr. Svamsul Huda, S.E., M.T**  
**NIP. 195908281990031001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MOH. FAJAR BAHARI

NIM : 18012010119

Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi/Tugas Akhir/

Tesis/Desertasi : Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

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, 23 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Moh. Fajar Bahari

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, serta puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia di kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. ”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi Tugas Akhir Progdi Manajemen, UPN "Veteran" Jawa Timur. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, serta kritik dan saran. Dengan begitu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah berupa kesehatan jasmani dan rohani.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra.Ec. Nurini Ika Kusuma W. M.M selaku Dosen Wali penulis yang telah memberikan arahan selama perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

6. Bapak Rizky Dermawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis dalam proses menyusun proposal penelitian.
7. Kedua orang tua, Bapak. Wijianto dan Ibu Siti Mujayanah yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis dalam penyusunan laporan PKL dan menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
8. Para dosen pengajar yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
9. Teman-teman sarjana I manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur angkatan 2018 yang telah menjadi rekan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.

Dengan adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti sehingga dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran guna perbaikan dimasa yang akan datang.

Nganjuk , 28 Maret 2022

Moh. Fajar Bahari

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Teori .....	13
2.2.1 Online Marketing.....	13
2.2.2 Online Customer Review.....	14
2.2.3 Online Customer Rating .....	17

2.2.4 Keputusan Pembelian .....	20
2.3 Hubungan Antara Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.3.1 Hubungan Antara Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2 Hubungan Antara Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4 Kerangka Konseptual .....	33
2.5 Hipotesis .....	34
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1 Operasional dan pengukuran variabel .....	35
3.1.1 Definisi Operasional .....	35
3.1.2 Teknik Pengukuran Variabel .....	37
3.2 Teknik Penentuan Sempel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data .....	40

3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	40
3.4.1 Uji Validitas .....	41
3.4.2 Uji Reabilitas .....	41
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	42
3.5.1 Teknik Analisis .....	42
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	42
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	43
3.5.4 Langkah-Langkah PLS .....	44
3.5.5 Asumsi PLS .....	54
3.5.6 Uji Hipotesis .....	54
BAB IV .....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Perusahaan .....	55
4.2 Deskripsi Penelitian.....	58
4.2.1 Karakteristik responden .....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel Online Customer Review dan Indikator (X1).....	59
4.2.3 Deskripsi Variabel Online Customer Rating dan Indikator (X2).....	62
4.2.3 Deskripsi Variabel keputusan pembelian dan Indikator (Y) .....	65

4.3 Analisis Data .....	67
4.3.1 Outer Model.....	67
4.3.2 Inner Model.....	72
4.4 Pembahasan .....	76
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E commerce dengan pengunjung terbanyak pada kuartal III 2021 .....	3
Gambar 2.1 Tahap proses pengambilan keputusan .....	30
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 3.1. Peta Jalan .....	46
Gambar 4.1. logo tokopedia .....	46
Gambar 4.2. Outer Loading .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Penjualan .....	4
Tabel 4.1 Karakteristik responden .....	58
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Online Customer Raevew .....	59
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Online Customer Rating.....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.5 Outer Loading antara Indikator dengan Variabel .....	65
Tabel 4.6 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	68
Tabel 4.7 Validitas Diskriminan .....	71
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.9 Uji Ketepatan Model.....	72
Tabel 4.10 Pengujian Langsung.....	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner .....	82
Lampiran 2 Hasil Responden .....	86
Lampiran 3 Outher Loading .....	89
Lampiran 4 Hasil Olah Data .....	90

## ABSTRAK

Kecanggihan teknologi mendukung masyarakat dalam berbelanja secara online melalui *marketplace*. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui Pengaruh kritik pembeli online dan skor patron atau rating online terhadap pilihan pembelian di aplikasi tokopedia kecamatan tanjungom, Kabupaten Nganjuk. Populasi diambil dari seluruh penduduk di Kecamatan Tanjunganom yaitu sebanyak 82.140 orang yang usianya 15 tahun keatas. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* melalui menggunakan formulasi Slovin, sehingga mengambil sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada responden melalui skala interval dengan skala likert dari skor 1 sampai 5. Kemudian data diolah menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) melalui analisis outer dan inner model serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk secara signifikan dan positif.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian; Online Customer Rating; Online Customer Review.

## ABSTRAK

*The sophistication of generation supports people in buying on-line through the market. This study aims to decide the impact of online consumer critiques and online consumer ratings on purchasing choices at the tokopedia market in tanjunganom district, nganjuk regency. The populace was taken from the complete populace in tanjunganom district, specifically 82,140 people elderly 15 years and over. Sampling the use of the approach of easy random sampling through the slovin formula, in order to acquire a hundred respondents. Facts was amassed through dispensing questionnaires to respondents through an c programming language scale with a likert scale from a rating of 1 to 5. Then the data was processed the usage of partial least square (pls) facts analysis strategies thru outer and inner model analysis and hypothesis testing. The outcomes show that on-line consumer critiques and on line consumer scores have a big and tremendous have an effect on on buying selections at the tokopedia market in tanjunganom district, nganjuk regency*

**Keywords:** *Purchase Decision; Online Customer Ratings; Online Customer Reviews*