

## HALAMAN MOTTO

“Menangis karena berkorban itu lebih manis daripada menangis karena kesalahan” -*Ustad Hanan Attaki*

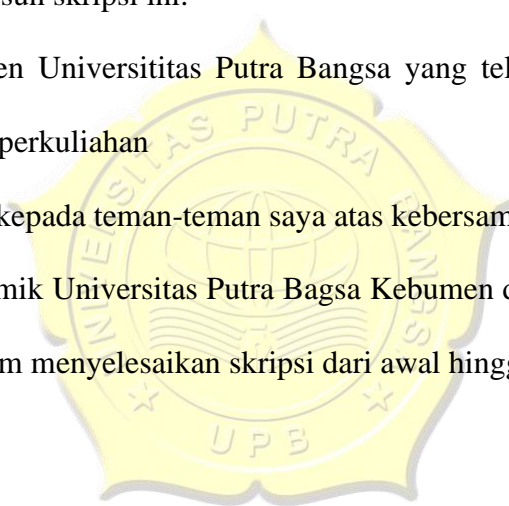


## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan saya dalam penyusunan skripsi, memberikan kasih sayang kepada saya serta doa yang tiada henti untuk saya.
2. Kedua adik saya yang selalu memberikan semangat kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Segenap dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan
5. Terimakasih kepada teman-teman saya atas kebersamaannya selama ini.

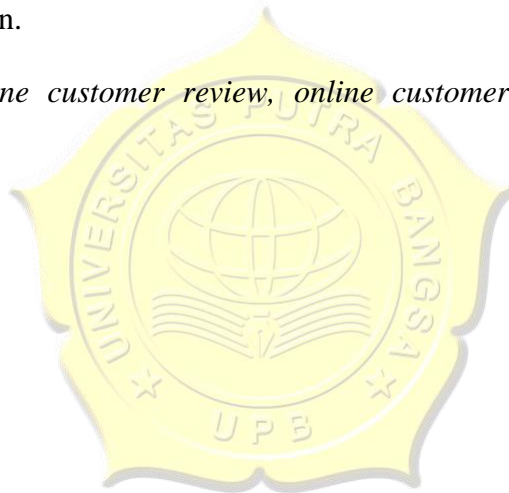
Semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Pada The Originote Official Shop di Shopee. Penelitian ini dilakukan pada konsumen The Originote di Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden konsumen The Originote di Kabumen. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis *SPSS versi 25 for windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Online Customer Rating* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan Promosi Penjualan berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci** : *online customer review*, *online customer rating* dan promosi penjualan.



## **ABSTRACT**

*This study aims to test and analyze the influence of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Sales Promotions on Purchase Decisions at The Originote Official Shop at Shopee. This research was conducted on The Originote consumers in Kebumen. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to 100 respondents of The Originote consumers in Kabumen. Data collection techniques by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test and coefficient of determination. The analysis technique used uses the help of the SPSS analysis program version 25 for windows. The results obtained in this study show that the Online Customer Review variable has a significant effect on Purchase Decisions. The Online Customer Rating variable has no significant effect on Purchase Decisions. Sales Promotion variables have a significant effect on Purchase Decisions. The variables Online Customer Review, Online Customer Rating and Sales Promotion have a simultaneous effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** *online customer review, online customer rating and sales promotion.*



## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr.Wrb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa mendatang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan banyak masukan, arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat atas penyusunan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu Dosen dan Staff di lingkungan Universitas Putra Bangsa, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
3. Terimakasih untuk kedua orang tua penulis atas doa dan dukungannya kepada penulis dalam menjalankan kuliah.
4. Saudara-saudara tercinta yang memberikan dorongan, semangat, kasih sayang dan bantuan baik secara moril maupun materil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Kebumen, 25 Januari 2024

Penulis,

Zahwa Islamahadi

205504219

## DAFTAR ISI

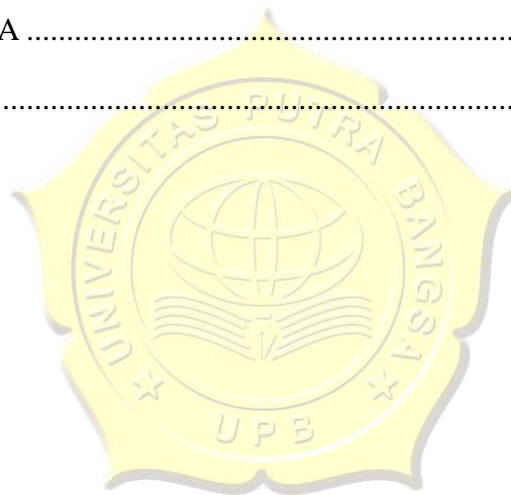
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2. Manfaat Praktis .....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori .....	19





3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	46
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1. Jenis Data .....	47
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.6. Populasi dan Sampel .....	49
3.6.1. Populasi .....	49
3.6.2. Sampel.....	49
3.7. Teknik Analisis .....	51
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2. Analisis Statistik.....	51
3.7.3. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.7.4. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.6. Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1. Sejarah The Originote .....	60
4.2. Analisis Deskriptif .....	61
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	62
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4.3. Analisis Statistik.....	65
4.3.1. Uji Instrumen.....	65
4.3.2. Uji Asumsi Klasik .....	68

4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4.3.4. Uji Hipotesis.....	73
4.4. Pembahasan .....	78
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>82</b>
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Keterbatasan .....	83
5.3. Implikasi.....	84
5.3.1. Implikasi Praktis.....	84
5.3.2. Implikasi Teoritis .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada The Originote Official Shop .....	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Online Customer Review (X1) .....	44
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Online Customer Rating (X2) .....	45
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Promosi Penjualan (X3) .....	46
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	62
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	64
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Online Customer Review .....	66
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Online Customer Rating .....	66
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	67
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel IV- 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel IV- 12 Hasil Kolmogorov-Smirnov .....	71
Tabel IV- 13 Uji Regresi Linear Berganda .....	72
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	74
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	76
Tabel IV- 16 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Pertumbuhan Kategori Kecantikan 2022.....	4
Gambar II-1 Model Empiris.....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data Responden
Lampiran III	Tabulasi Data
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Hasil Koefisien Determinasi
Lampiran VII	Hasil Uji F
Lampiran VIII	Hasil Uji t
Lampiran IX	Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran X	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
Lampiran XI	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser
Lampiran XII	Tabel t
Lampiran XIII	Tabel f
Lampiran XIV	Tabel r
Lampiran XV	Kartu Bimbingan
Lampiran XVI	Kartu Seminar
Lampiran XVII	Dokumentasi

