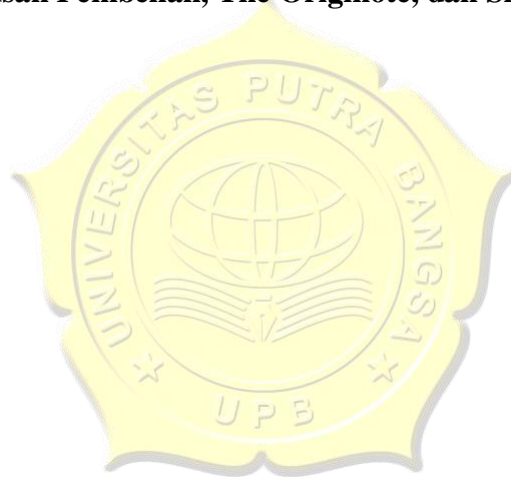


ABSTRAKSI

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian yang dimediasi kepercayaan konsumen pada pengguna Shopee produk The Originote. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan program SPSS 25 *for windows* dan *Sobel test*. Hasil penelitian ini menunjukkan *online customer rating*, *online customer review* dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen mampu memediasi hubungan *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, kepercayaan konsumen tidak mampu memediasi hubungan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, The Originote, dan Shopee.



ABSTRACT

The research aims to determine the influence of online customer reviews and online customer ratings on purchasing decisions mediated by consumer trust in Shopee users of The Originote products. The sampling technique used was purposive sampling. This research used a sample of 100 respondents. Data analysis uses path analysis with the SPSS 25 for Windows program and Sobel test. The results of this research show that online customer ratings, online customer reviews and consumer trust have a significant influence on purchasing decisions. The online customer review and online customer rating variables have a significant effect on consumer trust. Consumer trust is able to mediate the relationship between online customer reviews and purchasing decisions. Meanwhile, consumer trust is unable to mediate the relationship between online customer ratings and purchasing decisions.

Keywords: *Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Consumer Trust, Purchasing Decisions, The Originote, and Shopee*



HALAMAN MOTTO

“Jika tidak bisa lebih hebat dari orang lain. Maka cobalah lebih baik
dari hari kemarin”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Khamim Rokhayatun dan Bapak Sabar Mugiono yang selalu mendukung serta memberikan saya doa yang terbaik untuk saya.
2. Kepada diri sendiri, terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini. Tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga dan adik saya satu-satunya (Nur Khanifah) yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya.
4. Kepada sahabat saya Adzka Wildani Atqia, Wanda Athaya Nisrina, Yusriyatul Maghfiroh, dan teman-teman terdekat saya yang telah menemani dalam suka dan duka. Terimakasih selalu mengingatkan, mendukung, dan memberikan semangat kepada saya.
5. Kepada teman seperjuangan Manajemen 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.
6. Almamater yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman, Universitas Putra Bangsa.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugrah, rahmat, dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Shopee Produk The Originote” ini dimaksud untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) di Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita yang nyata, khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan segenap literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Sigit Wibawanto, S.E.,M.M. yang telah membimbing saya dengan baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Segenap responden dalam penelitian ini yaitu konsumen produk The Originote di Kebumen.

4. Kepada semua pihak yang telah membantu melancarkan penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen. 6 April 2024
Penulis

Yuli Rahmawati
NIM 205504384



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15

2.1.2.	Kepercayaan konsumen	19
2.1.3.	<i>Online Customer Review</i>	22
2.1.4.	<i>Online Customer Rating</i>	25
2.2.	Penelitian terdahulu	28
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4.	Model Empiris	35
2.5.	Hipotesis	36
BAB III.....		37
METODE PENELITIAN.....		37
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	37
3.2.	Variabel Penelitian	37
3.3.	Definisi Operasional Variabel	38
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.	Populasi dan Sampel.....	44
3.7.	Teknik Analisis.....	47
BAB IV		62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		62
4.1.	Analisis Deskriptif.....	62
4.2.	Analisis Statistik.....	68
4.3.	Pembahasan	92
BAB V.....		100
SIMPULAN		100
5.1.	Simpulan.....	100
5.2.	Keterbatasan	102

5.3. Implikasi.....	103
5.3.1 Implikasi Praktis	103
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	105
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	114



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Situs <i>Marketplace</i> Terbesar di Indonesia	2
Tabel I- 2 Tabel Data Observasi Konsumen Produk <i>The Originate</i> di Kebumen	5
Tabel II- 1 Penelitian terdahulu.....	28
Tabel III- 1 Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel III- 2 Distribusi Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i>	40
Tabel III- 3 Distribusi Kuesioner Variabel <i>Online Customer Rating</i>	41
Tabel III- 4 Distribusi Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen	42
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden	64
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel IV- 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat	66
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i>	68
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i>	69
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen.....	69
Tabel IV- 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 1	75
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 2	75
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1	78
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	79
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	81
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2	82
Tabel IV- 17 Hasil Uji Analisis Korelasi	82
Tabel IV- 18 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1	84
Tabel IV- 19 Hasil Koefisien Jalur Substruktural 2	85
Tabel IV- 20 Hasil Uji Sobel Substruktural 1	91
Tabel IV- 21 Hasil Uji Sobel Substruktural 2	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	72
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	73
Gambar IV- 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 1	76
Gambar IV- 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Substruktural 2	77
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	115
Lampiran 2 Data Responden.....	119
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	124
Lampiran 4 Uji Validitas.....	129
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	132
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 7 Uji Parsial (Uji t)	136
Lampiran 8 Hasil Analisis Korelasi	137
Lampiran 9 Hasil Analisis Jalur.....	138
Lampiran 10 Tabel r.....	139
Lampiran 11 Tabel t.....	141
Lampiran 12 Hasil <i>Sobel Test</i>	143
Lampiran 13 Kartu Bimbingan	144
Lampiran 14 Kartu Seminar.....	145

