

HALAMAN MOTTO

“Berusaha tanpa henti, karena setiap langkah mendekatkan kita pada impian
besar”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat serta anugrah-Nya, sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Dengan penuh rasa syukur, karya ini penulis dedikasikan kepada:

1. Pahlawan dan panutanku, Bapak Slamet Riyanto. Meskipun beliau tidak sempat merasakan pendidikan di bangku kuliah, beliau tetap berjuang keras, mendidik, memberi semangat, dukungan, serta fasilitas yang dibutuhkan sehingga penulis mampu menuntaskan studi hingga memperoleh gelar Sarjana.
2. Ibunda Ana Susanti, yang senantiasa memberikan peran besar dan dukungan dalam keberhasilan penulis menyelesaikan program studi. Meski hanya lulusan sekolah dasar, beliau tidak henti-hentinya mendukung penulis untuk tetap belajar, memberikan semangat serta do'a yang tulus sehingga penulis dipermudah dalam menyelesaikan pendidikannya.
3. Ibu Dosen Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E.,M.Si, dengan kesabaran dan ketelatenan dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Adik tercinta, Kayla Andini. Terimakasih atas perhatian, doa, dan kasih sayang yang senantiasa menguatkan penulis.
5. Rizal Zahrowani, atas dukungan serta antusiasme besarnya dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Keluarga besar penulis yang selalu mendo'akan dan mendukung penulis agar selalu semangat dalam menjalankan pendidikan dan kehidupannya.

7. Meiliana Nabila (Penulis). Terimakasih telah mampu bertahan hingga titik ini, berjuang dengan kesabaran, keteguhan, serta tidak mudah menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini meskipun dihadapkan pada berbagai rintangan.



ABSTRAKSI

Pada era digital saat ini, perkembangan *platform e-commerce* semakin pesat. Tiktok menjadi salah satu media sosial populer yang menghadirkan fitur belanja dengan inovasi baru. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna di Kabupaten Kebumen yang melakukan pembelian pada Fitur Keranjang Kuning Tiktok. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sample penelitian berjumlah 100 responden dari masyarakat Kabupaten Kebumen. Sample penelitian ini diperoleh menggunakan teknik teknik purposive sampling, dengan kriteria responden berasal dari masyarakat di Kabupaten Kebumen. Pengelolaan data dilakukan melalui analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak SPSS 25.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, *online customer review* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: gratis ongkir, *ease of use*, *online customer review*, keputusan pembelian



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Gratis Ongkir, *Ease Of Use*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fitur Keranjang Kuning Tiktok di Kabupaten Kebumen”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan program studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa serta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh penulis selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun materi dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan berharga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang turut berperan serta membantu terselesaikannya skripsi ini.
3. Kedua orangtua, Bapak Slamet Riyanto dan Ibu Ana Susanti yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Adik, Kayla Andini yang selalu memberikan suport penulis.

5. Rizal Zahrowani, yang telah memberikan energi positif kepada penulis untuk tetap bersemangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, sehingga dengan rendah hati siap menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi diri sendiri maupun para pembaca.

Kebumen, 25 April 2025



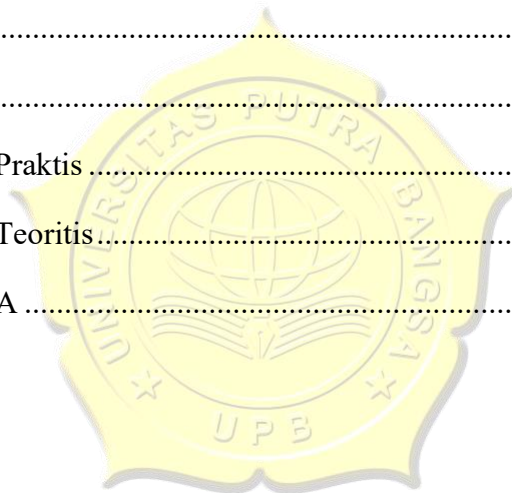
Meiliana Nabila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	144
2.1 Tinjauan Teori	144
2.1.1 Keputusan Pembelian	144
2.1.2 Gratis Ongkir	199
2.1.3 <i>Ease Of Use</i>	20
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	222
2.2 Penelitian Terdahulu.....	244
2.3 Hubungan Antar Variabel	277

2.3.1 Hubungan Gratis Ongkir dengan Keputusan Pembelian	277
2.3.2 Hubungan <i>Ease Of Use</i> dengan Keputusan Pembelian	288
2.3.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian ..	288
2.4 Model Empiris	299
2.5 Hipotesis	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.1.1 Objek Penelitian	31
3.1.2 Subjek Penelitian	31
3.2 Variabel Penelitian	31
3.2.2 Variabel Penelitian	31
3.3 Definisi Operasional Variabel	32
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	36
3.5 Data dan Teknik Pengupulan Data	37
3.6 Populasi dan Sampel	39
3.6.1 Populasi	39
3.6.2 Sampel	39
3.7 Teknik Analisis	41
3.7.1 Analisis Deskriptif	41
3.7.2 Analisis Statistik	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	521
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	521
4.2 Analisis Deskriptif	532
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	532

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	543
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	543
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	554
4.3 Analisis Statistik.....	565
4.3.1 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	565
4.4 Pembahasan	70
BAB V.....	74
SIMPULAN	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Keterbatasan	75
5.3 Implikasi	76
5.3.1 Implikasi Praktis	76
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	4
Tabel III- 1 Distribusi Kuisioner Keputusan Pembelian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel III- 2 Distribusi Kuesioner Gratis Ongkir	34
Tabel III- 3 Distribusi Kuesioner Ease Of Use	35
Tabel III- 4 Distribusi Kuesioner Online Customer Review	36
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Gratis Ongkir	57
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Ease Of Use	57
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review.....	58
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (F)	66
Tabel IV- 13 Hasil Uji Determinasi	66
Tabel IV- 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Data Pengguna Tiktok Di Dunia	2
Gambar II- 1 Model Empiris.....	30
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Gambar IV- 2 Uji Normalitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Data Responden.....	87
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	90
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	92
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	96
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	97
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	100
Lampiran 9 Tabel r.....	101
Lampiran 10 Tabel t.....	102
Lampiran 11 Tabel F	105
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi.....	107
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	108

