

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI KOTA PASURUAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Diajukan Oleh:

NILTA PUTRI WAHYUNING

NPM: 2061201002897



UNIVERSIAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NILTA PUTRI WAHYUNING
Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002897
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Pasuruan

Pasuruan, 02 Juli 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Yuventi Oktafiah, SE., M.SA.) (DR. MT Ghifahry, S.AB., M.PSDM., CHCM.)



Dekan

(DRA. Ratna Pudyaningih, MM)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 02 Juli 2024.

TIM PENGUJI

1. Vita Fibriyani, S.Si, M.Si.

1. Ketua.....

2. Yuventi Oktafiah, SE., M.SA.

2. Sekretaris.....

3. DR. MT. Ghifahry, S.AB., M.PSDM., CHCM. 3.Anggota.....

Pengesahan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan
Dekan

Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nilta Putri Wahyuning
Nomor Pokok Mahasiswa : 2061201002897
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 21 September 2001
Alamat : Jl.Kh.Mansyur No.01 RT/RW 01/01
Kel.Tembok Rejo Kec.Purworejo Kota
Pasuruan

Nama Orang Tua
Ayah : Saeri
Ibu : Suprapti Ningsih

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Tembok Rejo Kota Pasuruan : Tahun 2008 - 2013
2. SMP Negeri 9 Kota Pasuruan : Tahun 2013 - 2016
3. SMK Negeri 1 Kota Pasuruan : Tahun 2016 - 2019
4. Terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan tahun 2020

PERNYATAAN ORSINILITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nilta Putri Wahyuning

NPM 2061201002897

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pasuruan, 02 Juli 2024

Nilta Putri Wahyuning

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Pasuruan”**. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu serta memberikan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati M.P. Selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Ibu Dr. Eva Mufidah, S.AB, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Ibu Yufenty Oktaviani. SE.,M.S.A Selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak. Selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap DR. MT Ghifahry, S.AB., M.PSDM., CHCM. dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah mendampingi dan membantu selama proses perkuliahan.
7. Bapak Saeri dan ibu Suprapti Ningsih selaku orang tua tercinta saya yang senantiasa memberikan dukungan dan doa selama ini serta motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga beliau disana bangga dengan proses yang saya lalui.
8. Terimakasih kepada teman teman saya (Ulul,Rahel,Reny,Khurin,Tika,Dinda dan Mila) yang selalu menemani saya dalam pengerjaan skripsi sampa selesai
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Kepada diri saya sendiri yang sudah bertahan dan berjuang keras sampai saat ini, dengan perjalanan panjang yang telah dilewati serta berbagai rintangan yang dihadapi tetapi masih bisa kuat dan mandiri dalam menghadapi semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Pasuruan, 02 Juli 2024

Nilta Putri Wahyuning

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI KOTAPASURUAN

Nilta Putri Wahyuning¹, Yufenty Oktaviani², M.Tahajjudi Ghifary³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-MAIL: niltaputri09@gmail.com¹, oktavivnty@gmail.com²,

ghifahry.one@gmail.com³

Abstrak

Tiktok merupakan salah satu *marketplace* yang dikagumi terutama masyarakat kota Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* pada pengguna aplikasi tiktok di kota Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi tiktok di Kota Pasuruan. Populasi yang digunakan adalah Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna aplikasi tiktok di Kota Pasuruan. Menggunakan rumus haer *et al*, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Analisis yang digunakan adalah uji Instrumen Penelitian, Analisis deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen keputusan pembelian dengan nilai $70,740 > 3,15$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2) *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $5,924 > 2,000$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 70,6 %.

Kata kunci: *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
PERNYATAAN ORSINILITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Pembelian	12
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2. Hubungan <i>Online Customer Review (X1)</i> dan <i>Online Customer Rating (X2)</i> dengan Keputusan Pembelian (Y).....	13
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	13

B. <i>Online Customer Review</i>	16
1. Pengertian <i>Online Customer Review</i>	16
2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	18
3. Indikator <i>Online Customer Review</i>	19
C. <i>Online Customer Rating</i>	20
1. Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	20
2. Hubungan <i>Online Customer Rating</i> dengan Keputusan Pembelian	20
3. Indikator <i>Online Customer Rating</i>	22
D. Penelitian Terdahulu	23
E. Kerangka Konseptual	29
F. Hipotesis	30
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel	31
B. Ruang Lingkup Penelitian	38
C. Lokasi Penelitian	38
D. Metode Penarikan Sampel	38
E. Jenis Data dan Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil penelitian	51
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
2. Uji Instrumen Data.....	53

a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	54
3. Analisis Deskriptif	54
a. Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	54
b. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	60
4. Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas.....	67
b. Uji Multikolinearitas	69
c. Uji Heteroskedastisitas	70
d. Uji Linearitas.....	71
5. Analisis Regresi Linier Berganda	72
6. Analisa Koefisien Determinasi (<i>R square</i>).....	74
7. Pengujian Hipotesis.....	75
a. Uji Simultan (Uji F).....	75
b. Uji Parsial (Uji T)	76
B. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
3. Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	

A. Kesimpulan.....82

B. Saran83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3 Keterangan Jawaban Responden.....	44
Tabel 4 Keterangan Nilai Interval.....	45
Tabel 5 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 6 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 7 Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 8 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	56
Tabel 9 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 10 Karakteristik Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 11 Karakteristik Intensitas Pembelian.....	58
Tabel 12 Karakteristik Kebutuhan Responden.....	59
Tabel 13 Deskriptif Jawaban <i>Online Customer Review</i> (X1).....	61
Tabel 14 Deskriptif Jawaban <i>Online Customer Rating</i> (X2).....	63
Tabel 15 Deskriptif Jawaban Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 16 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test</i>	67
Tabel 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 18 Hasil Uji Linearitas.....	73
Tabel 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 20 Hasil Uji <i>Koefisien Determinan (R²)</i>	76
Tabel 21 Uji F (Uji Signifikan Secara Simultan).....	77

Tabel 22 Hasil Uji T (Uji Signifikan Secara Parsial)78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 2 Aplikasi Tiktok.....	52
Gambar 3 <i>QR Barcode</i> Kuisoner.....	55
Gambar 4 Hasil Uji Normal <i>P-Plot</i>	69
Gambar 5 <i>Scaterollot</i>	72

