

**PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW (OCR), WEBSITE  
QUALITY DAN PRICE PERCEPTION TERHADAP PURCHASE  
INTENTION PADA E-COMMERCE SHOPEE**

**(Studi Empiris Pada Masyarakat Wilayah DKI Jakarta)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Dita Mardiyanti**

**Nim : 43116120256**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW (OCR), WEBSITE  
QUALITY DAN PRICE PERCEPTION TERHADAP PURCHASE  
INTENTION PADA E-COMMERCE SHOPEE**

**(Studi Empiris Pada Masyarakat Wilayah DKI Jakarta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**UNIVERSITAS**

**Nama : Dita Mardiyanti  
Nim : 43116120256**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dita Mardiyanti

NIM : 43116120256

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Agustus 2021



UNIVERSIT  
MERCU BUANA

Dita Mardiyanti

43116120256

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dita Mardiyanti  
NIM : 43116120256  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Online Consumer Review (OCR), Website Quality dan PricePerception pada E-Commerce Shopee ( Studi Empiris pada Masyarakat Wilayah DKI Jakarta)  
Tanggal Sidang : 24 November 2021

Disahkan oleh :

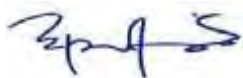
Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 12210860



Please Scan QRCode to  
Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Online Consumer Review*, *Website Quality*, dan *Price Perception* Terhadap *Purchase Intention* pada *Online Marketplace Shopee*. Metode pengambilan sampel dengan metode *Accidental Sampling* dengan sampel 120 responden yaitu masyarakat Wilayah DKI Jakarta. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif serta pengujian hipotesis. Teknik analisis yang digunakan menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Online Consumer Review*, *Website Quality* dan *Price Perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* pada *online marketplace* Shopee

Kata kunci : *Online Consumer Review*, *Website Quality*, *Price Perception*, *Purchase Intention*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Online Consumer Review (OCR), Website Quality dan Price Perception terhadap Purchase Intention pada E-Commerce Shopee”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
  2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
  3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
  4. Bapak Dudi Permana.,ST, MM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
  5. Ibu Lisnatiawati Saragih, SE, MM, selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir, yang telah memberikan materi, waktu dan pembelajaran yang bermanfaat untuk kelancaran mata kuliah ini.
  6. Para dosen di FEB Universitas Mercu buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
- Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin

7. Bapak dan Ibu bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral dan materiil yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 23 Agustus 2021  
MERCU BUANA

Dita Mardiyanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	9
A. Kajian Pustaka .....	9
1. Perilaku Konsumen .....	9
2. <i>E-Commerce</i> .....	12
3. <i>Purchase Intention</i> .....	14
4. <i>Online Consumer Review (OCR)</i> .....	17
5. <i>Website Quality</i> .....	18



6. <i>Price Perception</i> .....	20
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Hubungan Antar Variabel.....	27
D. Kerangka Pemikiran .....	29
E. Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Definisi Operasional Variabel .....	32
1. Definisi Variabel .....	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Pengukuran Variabel .....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
1. Populasi Penelitian.....	36
2. Sampel Penelitian.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	37
G. Metode Analisis Data .....	38
1. Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ).....	38
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
B. Analisis Deskriptif Responden.....	42
1. Deskripsi Responden.....	43
2. Deskripsi Variabel.....	46
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	53
1. Evaluasi <i>Measurement</i> ( <i>Outer Model</i> ).....	53
D. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	62
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>70</b>
A. Simpulan.....	70
B. Saran .....	71

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	73
<b>LAMPIRAN</b> .....	79
Lampiran 1 : Kuesioner.....	79
Lampiran 2 : Hasil Rekapitulasi Kuesioner .....	86
Lampiran 3 : Hasil Jawaban Responden .....	96
Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data.....	120



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## DAFTAR TABEL

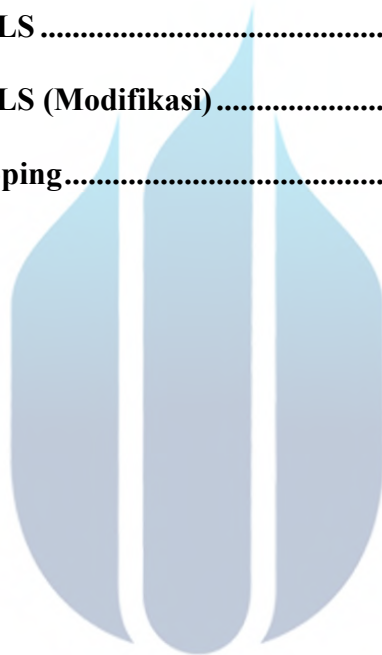
Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	20
Tabel 3.1 Indikator Variabel Operasional.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert .....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Besarnya Pendapatan Perbulan .....	45
Tabel 4.5 Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	47
Tabel 4.6 Variabel <i>Website Quality</i> .....	48
Tabel 4.7 Variabel <i>Price Perception</i> .....	51
Tabel 4.8 Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	52
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Formel Larcker Criterium</i> ).....	58
Tabel 4.12 Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ).....	58
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	60
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	61
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Cronbach Alpha</i> .....	61
Tabel 4.16 Nilai <i>R-Square</i> .....	62
Tabel 4.17 Nilai F2 Setiap Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen .....	65
Tabel 4.18 Nilai VIF.....	64



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung E-Commerce.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung E-Commerce.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan.....</b>	<b>11</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Algorithm PLS (Modifikasi).....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping.....</b>	<b>67</b>



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A