

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE* DI SHOPEE**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Aulia Dara Anari

NIM : 43116110223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN, KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE* DI SHOPEE**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Aulia Dara Anari
NIM : 43116110223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Dara Anari

NIM : 43116110223

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juli 2021



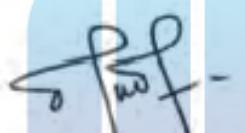
Aulia Dara Anari

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aulia Dara Anari
NIM : 43116110223
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH ULASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA ONLINE DI SHOPEE
Tanggal Sidang : 25 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 12221974



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* di Shopee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Subjek penelitian ini adalah *consumer* aplikasi *e-commerce* shopee di Jakarta Barat sebanyak 170 responden. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Consumer Review* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *E-Service Quality* dan *E-Trust* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Ulasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Consumer Review, Service Quality, and Trust on Online Shopping Purchase Decision in Shopee. The research method used in this research is descriptive method. The subject of this research are consumers of shopee as an e-commerce application who lived in West Jakarta as much as 170 respondents. Sampling technique is done by purposive sampling method. The approach used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS 3.0 analysis tool. According to the findings of this study, Online Consumer Review has positive effects but not significant on purchase decisions, while E-Service Quality, and E-Trust has positive effects and significant on purchase decisions.

Keywords : Consumer Review, Service Quality, Trust, Purchase Decisions.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Shopee”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih kepada Bapak Hamdan SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini, serta kepada Sivitas Akademika Lingkungan Universitas Mercu Buana Jakarta meliputi:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE. M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. H. Sonny Indrajaya, Dr. MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan sangat baik telah memberikan segenap ilmunya.
5. Orang tua saya tercinta, adik dan seluruh keluarga yang dengan sabar telah memberikan semangat, doa serta dukungan material yang tiada hentinya selama ini.
6. Seluruh teman-teman di Mercu Buana yang sangat sabar dan baik untuk meluangkan waktu mereka membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. 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 bagi penulis, pembaca, dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 17 Juli 2021

Aulia Dara Anari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perdagangan secara Elektronik (E-Commerce).....	14
3. Keputusan Pembelian	15
4. Online Consumer Review.....	22
5. E-Service Quality	26
6. E-Trust	29
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis.....	35
D. Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	42

1. Definisi Variabel.....	42
2. Definisi Operasional Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel.....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi Penelitian	48
2. Sampel Penelitian	49
F. Jenis Data Penelitian	50
G. Teknik Pengumpulan Data	51
H. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Analisis Data SEM (Structural Equation Modeling) – PLS (Partial Least Square).....	53
3. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
4. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Deskripsi Objek Penelitian	60
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
2. Visi dan Misi	61
3. Deskripsi Responden	61
4. Deskripsi Variabel	64
5. Hasil Uji Kualitas Data	67
6. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	72
B. Pengujian Hipotesis	76
1. Pengujian Hipotesis H1	76
2. Pengujian Hipotesis H2	76
3. Pengujian Hipotesis H3	77
C. Pembahasan	78
1. Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian.....	79
3. Pengaruh <i>E-Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan.....	81

B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Prasurvei Kuesioner Pengguna <i>E-Commerce</i>	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Kuantitas Pembelian.....	64
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel <i>Online Consumer Review</i>	65
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel <i>E-Service Quality</i>	65
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel <i>E-Trust</i>	66
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	70
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Discriminat Validity (Cross Loading).....	71
Tabel 4.12 Discrimant Validity Fornell Larcker	71
Tabel 4.14 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	73
Tabel 4.15 Nilai R-Square Variabel Endogen.....	74

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>E-Commerce</i> di Indonesia Quartal I Tahun 2020.....	3
Gambar 1.2 Hasil Prasurvei Kuesioner Pengguna <i>E-Commerce</i> Shopee	7
Gambar 2.1 Model Rerangka Konseptual.....	39
Gambar 4.1 <i>output</i> PLS, 2022.....	69
Gambar 4.3 Tampilan Hasil PLS <i>Algorithm</i>	69



Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey	92
Lampiran 2 Hasil Kuesioner DAFTAR GAMBAR	94
Lampiran 3 Kuesioner	95
Lampiran 4 Hasil Kuesioner.....	98
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Responden	116
Lampiran 6 Hasil Uji Variabel	117

