

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE
CUSTOMER RATING*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI LAZADA DI
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

AMELIA NUR RAHMAH
43119010252

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada di Jakarta Selatan

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



UNIVERSITAS
Nama : Amelia Nur Rahmah
MERCU BUANA
Nim : 43119010252

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Nur Rahmah

Nim : 43119010252

Program Studi: Manajemen

Fakultas : Ekonomi Bisnis

Judul : Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Jakarta Selatan.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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, 18 Agustus 2023

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Amelia Nur Rahmah

NIM: 43119010252

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Amelia Nur Rahmah
NIM : 43119010252
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada di Jakarta Selatan
Tanggal Sidang : 25 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Dendi Anggi Gumilang, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233295



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada di Jakarta Selatan.***" dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Dudi Permana Ph. D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Dr. Dendi Anggi Gumilang, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memebrikan saran, waktu, bimbingan, semangat, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Bapak Amzad Samudro, S.E., M.M selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Teristimewa, kedua orang tua Bapak Taryono, Ibu Suwarni, Mas Bayu Prasetyo yang telah memberikan doa, dorongan motivasi serta dukungan moril maupun materil yang tidak terbatas.
9. Teman-teman saya Vina Yuliani dan Kiki Fatmala atas dorongan semangat, motivasi dan inspirasinya.
10. Sahabat saya Rachmatika Anantia Agustin dan Putri Sikar Nadia, saya berterima kasih atas dukungan yang telah diberikan.

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.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
a. Pengertian Pemasaran	14
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2. <i>Online Customer Review</i>	16
a. Pengertian <i>Online Customer Review</i>	16
b. Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Review</i>	17
3. <i>Online Customer Rating</i>	18
a. Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	18
b. Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Rating</i>	19
4. <i>E-Service Quality</i>	20
a. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	20
b. Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	21
c. Dimensi dan Indikator <i>E-Service Quality</i>	22

5.	Keputusan Pembelian	24	
	a.	Pengertian Keputusan Pembelian	24
	b.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	24
	c.	Tingkatan Dalam Pengambilan Keputusan	26
	d.	Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian	26
B.	Penelitian Terdahulu	27	
C.	Keterkaitan Antar Variabel	35	
D.	Kerangka Berpikir	38	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39	
A.	Waktu dan Objek Penelitian	39	
B.	Desain Penelitian	39	
C.	Definisi dan Operasional Variabel	40	
	1.	Definisi Operasional	40
	2.	Operasional Variabel	41
D.	Skala Pengukuran Variabel	44	
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	44	
F.	Metode Pengumpulan Data	46	
G.	Metode Analisis Data	47	
	a.	Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	48
	b.	Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52	
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	52	
	a.	Sejarah Lazada	52
	b.	Visi dan Misi Lazada	53
B.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	54	
	a.	Deskripsi Responden	54
	b.	Deskripsi Variabel	57
C.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	62	
	a.	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
	b.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	75	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Rata-rata kunjungan <i>E-Commerce</i> di Indonesia kuartal 2021	4
1.2	Pernyataan Pra Survei	11
3.1	Operasional Variabel	43
3.2	Lima Tingkatan Jawaban	46
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	55
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.5	Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i>	57
4.6	Deskripsi Variabel <i>Online Customer Rating</i>	58
4.7	Deskripsi Variabel <i>E-Service Quality</i>	59
4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	60
4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validty</i>	62
4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validty</i> Modifikasi	66
4.11	Hasil Uji Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	67

4.12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	69
4.14	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	70
4.15	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	71
4.16	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	72
4.17	Hasil Uji Nilai <i>F-Square</i>	73
4.18	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	74
4.19	Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)	74
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
1.2	E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal III 2021	5
1.3	Fitur <i>Online Customer Review</i>	7
1.4	Fitur <i>Online Customer Review</i>	8
4.1	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (1)	64
4.2	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	66
4.3	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA