

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN BUKALAPAK**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nim : 43120110052

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

JAKARTA

2024

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *E-SERVICE*
QUALITY DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN BUKALAPAK**

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



Nama : Della Andrea

Nim : 43120110052

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Della Andrea

Nim : 43120110052

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juli 2024


Della Andrea
43120110052

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Della Andrea
NIM : 43120110052
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Online Customer Review, E-Service Quality, dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Bukalapak
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244304



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Online Customer Review*, *E-Service Quality*, dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Bukalapak. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis kausal. Metode penelitian ini dilakukan dengan analisis memakai *Software Partial Least Square* (Smart-PLS) versi 3.0 dengan sampel sebanyak 135 responden dengan metode analisis yang digunakan yaitu *structural equation modeling* (SEM) PLS. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan *deskriptif* kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Online Customer Review*, *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of online customer reviews, e- service quality, and e-trust on purchasing decisions among Bukalapak consumers. The type of research used in this research is quantitative and the research method used is causal analysis. This research method was analyzed using Partial Least Square (Smart-PLS) Software version 3.0 with a sample of 135 respondents with the analysis method used, namely structural Equation Modeling (SEM) PLS. The sampling technique was carried out using the purposive sampling method. By using a quantitative descriptive approach. The results of this research show that Online Customer Reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, E-Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and E-Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Online Customer Review, E-Service Quality, E-Trust, and Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, pelajaran, dan waktu yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dan berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph. D. selaku Ketua Program Studi Strata Satu Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah mendidik penulis sampai akhir penulisan tugas akhir ini. Semoga ilmu yang telah diberikan dapat penulis implementasikan dengan baik dalam kehidupan.

5. Kepada orang tua tercinta Bapak Andri, Ibu Haryati serta Tiara Andriani, S. Kom selaku kakak saya yang telah memberikan banyak motivasi, semangat, kasih sayang, dan doa yang tiada henti hingga penulis bisa menyelesaikan laporan penelitian ini.
6. Kepada Kokoh Daniel dan Cici Erin selaku Bos saya terima kasih banyak atas segala supportnya dan telah membantu saya dari mulai saya masuk kuliah hingga di pertemuan akhir ini dan tidak mempersulit untuk aktivitas saya di perkuliahan ketika jam kerja berlangsung.
7. Kepada teman-teman saya tercinta Arin Dwitya, Praditha Septiarini, Annisa Putri, Dwika Arfiati, dan Lena Pramesti Simalango. Terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan kebaikan yang telah diberikan untuk peneliti.
8. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, penulis ucapkan terimakasih atas kebersamaannya selama ini. Banyak sekali kesan, kesedihan dan kegembiraan bersama yang telah kita lewati akan selalu penulis kenang selamanya.
9. Teruntuk seseorang yang pernah bersama saya, terimakasih untuk patah hati yang diberikan pada saat proses penyusunan penelitian skripsi dan telah menjadikan motivasi bagi saya untuk membuktikan bahwa saya akan menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih atas segala janji yang belum bisa kau tepati. Terimakasih telah menjadi bagian yang menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis. Sampai jumpa dalam versi terbaik menurut takdir.

10. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri terimakasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.

Terima Kasih telah berkontribusi dalam penyusunan laporan penelitian skripsi ini. Semoga menjadikan amal dan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan maupun yang membaca. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan di kemudian hari.

Jakarta, 22 Juli 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Della Andrea
43120110052

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
2.1 KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.4 Kerangka Konseptual.....	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.3 Definisi Dan Operasional Variabel.....	41

1. Definisi Variabel	41
2. Operasional Variabel.....	42
3.4 Skala Pengukuran Variabel	44
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian	44
3.6 Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Metode Analisis Data	46
1) Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).	47
2. Uji Realibilitas	49
3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).	50
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.2 Analisis Deskriptif	54
4.3 Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	62
A. Uji Validitas	63
B. Model Modifikasi.....	68
C. Uji Reliabilitas.....	73
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HALAMAN
1. 1	Tabel Hasil Pra Survey Mengenai Keputusan Pembelian	13
2. 1	Penelitian Terdahulu	31
3. 1	Operasional Variabel	42
3. 2	Skala Likert	44
3. 3	Kriteria Penilaian Evaluasi <i>Inner Model</i>	49
4. 1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
4. 2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	55
4. 3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Online Customer Review</i>	56
4. 4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>E-Service Quality</i>	58
4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>E-Trust</i>	59
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
4. 7	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	64
4. 8	Nilai <i>Cross Loading</i>	66
4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (modifikasi)	69
4. 11	Nilai <i>Cross Loading</i> (modifikasi)	70
4. 12	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i> (modifikasi)	72
4. 13	Hasil Uji <i>Avarance Variance Extracted (AVE)</i>	73
4. 14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cornbach's Alpha</i>	74
4. 15	Nilai Variabel Endogen	75
4. 16	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	75
4. 17	Nilai <i>F-Square</i>	76
4. 18	Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
1. 1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023	2
1.2	Data Pengunjung E-Commerce Periode Bulan Januari - Maret di Indonesia Indonesia tahun 2023	3
1. 3	Persentase Alasan Konsumen Dalam Memilih Marketplace	4
1. 4	Persentase <i>Marketplace</i> Terpercaya untuk Membeli Produk <i>Original</i>	5
1.5	Persentase Pelayanan / E-Service Quality pada Belanja Online di Marketplace	6
1. 6	Riset Pelanggan Sebelum Membeli Produk Secara <i>Online</i>	6
2. 1	Kerangka Konseptual	39
4. 1	Hasil Algoritma PLS	64
4. 2	Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker)	68
4. 3	Hasil Uji Bootstrapping	77



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	JUDUL	HALAMAN
1	Kuesioner Penelitian	95
2	Hasil Kuesioner	101
3	Hasil Pengolahan Data	119

