

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Mahasiswa



Oleh:

MUHAMMAD RIZALI

1911102431423

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

2023

**Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop Di Kota Surabaya**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Mahasiswa



Oleh:

MUHAMMAD RIZALI

1911102431423

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND ONLINE
CUSTOMER RATING ON PURCHASE DECISIONS AT TIKTOK SHOP
IN SURABAYA CITY**

Oleh:

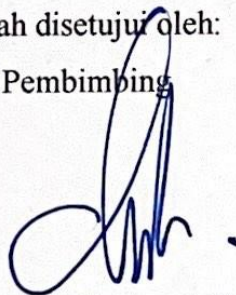
MUHAMMAD RIZALI

1911102431423

Samarinda, 18 Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP DI KOTA SURABAYA

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD RIZALI

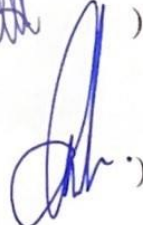
Nim : 1911102431423

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 3 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji

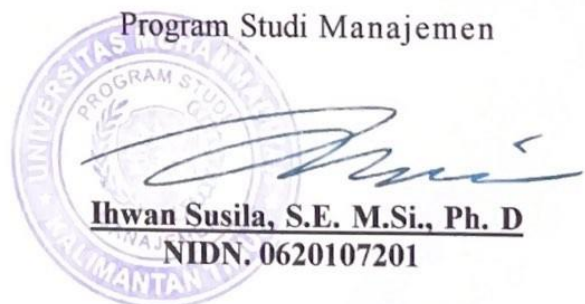
Penguji I : Marsha Anindita, S.E., M.S.M. ()
NIDN. 1125109301

Penguji II : Hudyah Astuti Sudirman, S. ST., M.M. ()
NIDN. 1114099102

Mengetahui

Dekan

Ketua



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:


Nama : MUHAMMAD RIZALI
Nim : 1911102431423
Program Studi : Manajemen
Email : muhammadrizali16@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan Penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 3 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,


MUHAMMAD RIZALI

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Tiktok Shop di Kota Surabaya yang pernah menggunakan aplikasi Tiktok Shop untuk berbelanja secara *online*. Teknik yang digunakan adalah sampling dengan penyebaran kuisisioner kepada 125 responden yang menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS V 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tiktok Shop di Kota Surabaya.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Keputusan Pembelian secara Online*

ABSTRACT

This study discusses the influence of Online Customer Reviews and Online Customer Ratings on purchasing decisions. The type of research used is quantitative research with a case study approach. Sample used in this study are Tiktok Shop users in Surabaya City who have used the Tiktok Shop application to shop online. The technique used is sampling by distributing questionnaires to 125 respondents using purposive sampling and multiple linear regression analysis techniques using the SPSS V 22. The results of this study indicate that online customer reviews and online customer ratings have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Tiktok Shop application in the city of Surabaya.

Keywords: *Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Online Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas rahmat dan hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop di Kota Surabaya”** dengan baik. Tak lupa saya panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang selalu memberikan syafaatnya kepada umatnya hingga akhir zaman nanti, Aamiin.

Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiaji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur;
2. Bapak Drs. M. Farid Wajdi., M.M., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur;

3. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur;
4. Ibu Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M selaku dosen pembimbing;
5. Ibu Marsha Anindita, S.E., M.S.M selaku dosen penguji;
6. Kedua orang tua penulis yang sangat penulis sayangi yakni Bapak Ruslan dan Ibu Nurhayati yang telah mendidik, serta memberikan dukungan dan doa restu serta kasih sayang kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan;
7. Kepada Wardah Hani Salsabilah yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, yang selalu menemani, mendukung, dan meluangkan waktunya. Terimakasih telah menjadi sosok rumah dan bagian penting dalam perjalanan penulis hingga saat ini;
8. Teman-teman seperjuangan yang telah mendukung, memberikan informasi dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi;

Akhir kata semoga skripsi ini ada manfaatnya, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Samarinda, 18 Juni 2023

Penulis,

MUHAMMAD RIZALI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
B. Teori dan Kajian Pustaka	14
C. Kerangka Konseptual	29
D. Perumusan Hipotesis	30
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	33
B. Jenis Penelitian	33

C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	33
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Dekripsi Data	48
C. Analisis Deskriptif.....	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian	64

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan.....	67
B. Keterbatasan.....	67
C. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Indikator <i>Online Customer Review</i>	32
Tabel 3.2 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	34
Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.1 Deskripsi Data.....	48
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	50
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Online Customer Rating</i>	51
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	53
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Online Customer Rating</i>	54
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Penelitian	55
Tabel 4.9 Uji Regresi Berganda	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	59
Tabel 4.11 Uji Hipotesis T	60
Tabel 4.12 Uji Hipotesis F	61
Tabel 4.13 Model Summary.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.2 Data Pengguna Tiktok di dunia	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	58