

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh
Made Winda Arista Widma
NIM 1817041241**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I.



Dr. Fridayana Yudiaatmaja., M.Sc.
NIP. 197404122010121001

Pembimbing II.

a/u Koopsoeds


Dr. I Wayan Bagia., M.Si.
NIP. 196812311993031012


Skripsi oleh Made Winda Arista Widma telah
dipertahankan di depan dewan penguji pada
tanggal 20 April 2022

Dewan Penguji.



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

(Ketua)

ah kompedi


Dr. I Wayan Bagia, M.Si.
NIP. 196812311993031012

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, SE.,MBA
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

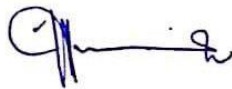
Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 20 April 2022

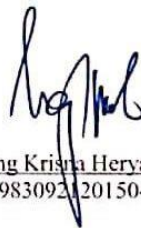
Mengetahui,

Keua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Komang Krista Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA
NIP. 197906162002121003

Surat Pernyataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *E-Commerce* Shopee Di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang di jatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja,

Yang membuat pernyataan,



Made Winda Arista Widma
NIM. 1817041241

MOTTO

“YESTERDAY IS MEMORY, TOMORROW IS MIYSTERY”



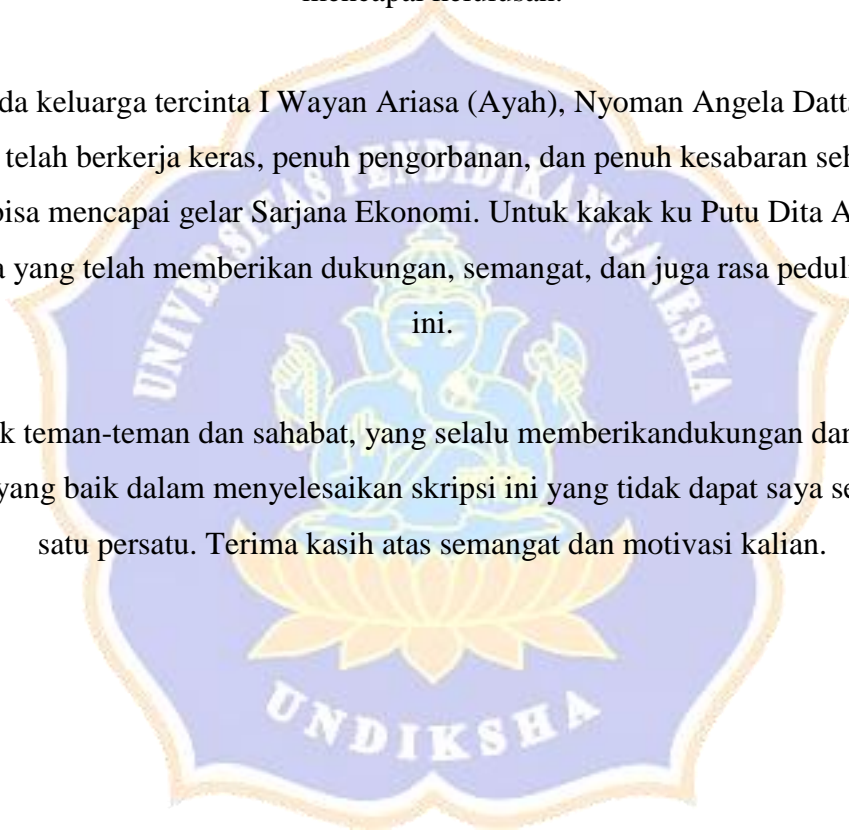
KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugerah yang telah diberikan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Bapak Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc dan Bapak Dr. I Wayan Bagia, M.Si. yang penuh tanggung jawab dalam memberikan bimbingan, saran dan pengarahan hingga skripsi ini selesai dengan sempurna sehingga dapat mencapai kelulusan.

Kepada keluarga tercinta I Wayan Ariasa (Ayah), Nyoman Angela Datta (Ibu) yang telah berkerja keras, penuh pengorbanan, dan penuh kesabaran sehingga saya bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Untuk kakak ku Putu Dita Arsintha Widma yang telah memberikan dukungan, semangat, dan juga rasa peduli selama ini.

Untuk teman-teman dan sahabat, yang selalu memberikandukungan dan kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semangat dan motivasi kalian.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *E-Commerce* Shopee di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.,Ak.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc, selaku pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. I Wayan Bagia, M.Si, selaku pembimbing II yang telah memberikan petunjuk-petunjuk dan sumbangan pikiran dalam penyempurnaan skripsi

ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala tata usaha Fakultas Ekonomi beserta staff yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selam perkuliahan.
9. Kepala perpustakaan universitas pendidikan ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua (I wayan ariasa dan Nyoman Angela Datta), dan saudara (Putu Dita Arsintha Widma) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk orang terkasih Gede Wahyu Aditya Putra yang senantiasa memberikan dukungan dan perhatiannya selama proses pengerjaan skripsi.
12. Sahabat saya Pande Gede Milantara Saguna, Dea Meitari, Nita Lestari, dan Listria Naomi yang telah membantu dalam berbagai hal, memberikan semangat dan juga motivasi.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
14. Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for never quitting.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan

kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 25 Februari 2022



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoritis.....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 <i>Online Customer Review</i>	13
2.1.2.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	13
2.1.2.2 Dimensi <i>Online Customer Review</i>	15
2.1.2.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	17
2.1.3 Kepercayaan Merek.....	18
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	18
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Merek.....	19
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	20

2.3 Hubungan antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Rancangan Penelitian.....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
3.4 Sampel Penelitian.....	29
3.5 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	30
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.2 Analisa Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.8 Pengujian Hipotesis.....	38
3.8.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	38
3.8.2 Uji Secara Parsial (Uji t).....	38
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data.....	40
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	41

4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.5 Pengujian Hipotesis.....	46
4.5.1 Hubungan <i>Online Customer Review</i> (X_1) dan Kepercayaan Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	47
4.5.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	48
4.5.3 Hubungan Kepercayaan Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.8 Implikasi Penelitian.....	52
BAB V PENUTUP	
5.1 Ringkasan.....	53
5.2 Simpulan.....	54
5.3 Saran.....	54
DAFTAR RUJUKAN.....	56
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	<i>Top Brand</i> oleh YouGov <i>BrandIndex</i> pada tahun 2019.....	3
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.1	Karakteristik Responden <i>E-Commerce</i> Shopee di Kota Singaraja berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Pelanggan <i>E-Commerce</i> Shopee di Kota Singaraja berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinieritas.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berpiki Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	27
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-P Plot</i>	43
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	44
Gambar 4.3	Struktur Hubungan <i>Online customer review</i> (X_1) Kepercayaan merek (X_2) terhadap Keputusan pembelian <i>online</i> (Y).....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 01.	Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 02.	Hasil Data Ordinal Responden	68
Lampiran 03.	Hasil Data Interval Responden.....	72
Lampiran 04.	Hasil Output SPSS.....	



