

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *CASHBACK* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT
BELI DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Manajemen



Oleh

I Wayan Agus Mahendra

NIM. 201704112

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2024

SKRIPSI

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



Pembimbing I

Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP.198207292010122003

Pembimbing II

Gede Pitu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A
NIP.198208312010121001

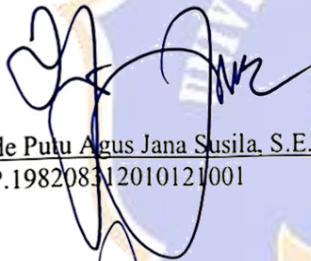
Skripsi oleh I Wayan Agus Mahendra
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Juni 2024

Dewan Penguji



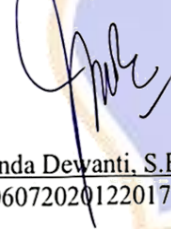
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP.198207292010122003

(Ketua)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A
NIP.198208312010121001

(Anggota)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

(Anggota)



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

Pada:

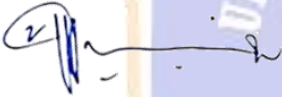
Hari : Rabu

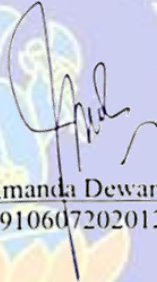
Tanggal : 19 Juni 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,


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


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, *Cashback* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Tokopedia” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan serta pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



Singaraja, 19 Juni 2024
Yang membuat pernyataan,



I Wayan Agus Mahendra
NIM. 2017041112

MOTTO

“All progress takes place outside the comfort zone.”

Michael John Bobak



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas asung kerta wara nugraha dan kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M dan Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A serta penguji Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi yang mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada keluarga tercinta I Wayan Suranto (Ayah) dan Ni Nyoman Suasti (Ibu) serta saudara I Nengah Andho Paramartha untuk doa, dukungan, bimbingan, motivasi, dan nasihat yang terus diberikan demi kelancaran dan kesuksesan serta kebahagiaan saya, untuk cinta dan kasih sayang yang juga diberikan tanpa henti dan tidak pernah tergantikan.

Terima kasih untuk sahabat, teman-teman, kakak tingkat dan adik tingkat jurusan Manajemen, serta mahasiswa di lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha yang memberikan dukungan, bantuan, dan kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terima Kasih

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, *Cashback* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli di Marketplace Tokopedia”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, Pembimbing Akademik dan Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, solusi serta dengan segala ketulusan dan kesungguhan hati memberikan bimbingan, saran serta motivasi selama penyelesaian skripsi ini
- 4) Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 5) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku pembimbing I saya yang senantiasa dengan setulus hati, tanggung jawab dan selalu sabar dalam memberikan arahan, semangat dan juga bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Manajemen.
- 7) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan, dan petunjuk selama proses perkuliahan.

- 8) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
- 9) Ayah, Ibu dan adik tercinta tercinta, I Wayan Suranto, Ni Nyoman dan I Nengah Andho Pramatha, hingga keluarga besar tersayang yang tiada hentinya selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
- 10) Para Sahabat yang selalu memberikan dorongan motivasi dan canda tawa di kala intensnya pembuatan skripsi ini, teman-teman Kelas G Manajemen angkatan 2020, teman-teman Kelas A Pemasaran serta teman-teman Wirausaha Merdeka 2023 (GDEA 2023).
- 11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari 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 untuk kita semua.

Singaraja, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penulisan.....	14
1.6 Manfaat Penulisan.....	14
BAB II KAJIAN TAORI.....	16
2.1 <i>Marketplace</i>	16
2.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.2.1 Karakteristik Perilaku Konsumen.....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen <i>Online</i>	19
2.3 Minat Beli.....	20
2.3.1 Pengertian Minat Beli.....	20
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	21
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	21
2.4 Persepsi Harga.....	22
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga.....	22
2.4.2 Indikator Persepsi Harga.....	23
2.5 <i>Cashback</i>	24
2.5.1 Pengertian <i>Cashback</i>	24
2.5.2 Indikator <i>Cashback</i>	25
2.6 <i>Online Customer Review</i>	26

2.6.1	Pengertian <i>Online Customer Review</i>	26
2.6.2	Indikator <i>Online Customer Review</i>	27
2.7	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	28
2.8	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.8.1	Hubungan Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	31
2.8.2	Hubungan <i>Cashback</i> terhadap Minat Beli.....	31
2.8.3	Hubungan <i>Online Customer Review</i> dan Minat Beli	32
2.9	Kerangka Berfikir	32
2.10	Hipotesis Penelitian.....	33
 BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
3.2	Rancangan Penelitian.....	35
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3.1	Populasi Penelitian	36
3.3.2	Sampel Penelitian	36
3.4	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
3.4.1	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.2	Instrumen Pengumpulan Data	38
3.5	Instrumen Variabel Terikat.....	39
3.5.1	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.5.2	Kisi-kisi Instrumen Minat Beli	39
3.5.3	Pengujian Instrumen Penelitian	40
3.6	Instrumen Variabel Bebas.....	41
3.6.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
3.6.2	Kisi-kisi Instrumen Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i>	43
3.6.3	Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	45
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.7.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.8	Pengujian Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Data	51
4.2 Pengujian Asumsi	53
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	53
4.3 Analisis Regresi Berganda.....	56
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.5 Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i> terhadap Minat Beli..	58
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	59
4.5.3 Pengaruh <i>Cashback</i> terhadap Minat Beli	59
4.5.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	60
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i> terhadap Minat Beli..	60
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	63
4.6.3 Pengaruh <i>Cashback</i> terhadap Minat Beli	67
4.6.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	69
4.7 Keterbatasan Penelitian	73
4.8 Implikasi	73
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Rangkuman.....	75
5.2 Simpulan.....	76
5.3 Saran	77
DAFTAR RUJUKAN	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Overvasi Awal Variabel Minat Beli.....	5
Tabel 1.2 Overvasi Awal Variabel Persepsi Harga.....	8
Tabel 1.3 Overvasi Awal Variabel <i>Cashback</i>	9
Tabel 1.4 Overvasi Awal Variabel <i>Online Customer Review</i>	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	40
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Minat Beli	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	40
Tabel 3.5 Definisi Operasional Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i>	41
Tabel 3.6 Kisi-kisi instrumen Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i>	43
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i>	44
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga, <i>Cashback</i> dan <i>OCR</i>	44
Tabel 4.1 Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Deskripsi Data Berdasarkan Program Studi	52
Tabel 4.3 Deskripsi Data Berdasarkan Jurusan.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.7 Hasil Output SPSS Uji F Variabel Minat Beli (Y)	58
Tabel 4.8 Hasil Output SPSS Uji t Variabel Minat Beli (Y)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Data Penggunaan <i>Marketplace</i> pada Kuartal 2 Tahun 2023.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Normal <i>P-P Plots of Regression Standardized Residual</i>	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 02. Ketentuan Skor Observasi Awal.....	86
Lampiran 03. Tabulasi Data Sampel Kecil Observasi Awal.....	94
Lampiran 04. Deskripsi Data Responden.....	95
Lampiran 05. Data Penelitian.....	95
Lampiran 06. Hasil <i>Output</i> SPSS	108
Lampiran 07. Dokumentasi Penelitian.....	113

