

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Komang Puspa Adi Pradnyani
NIM 2117041121**

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

2025

SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT – SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

Skripsi oleh Komang Puspa Adi Pradnyani ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 29 Juli 2025

Dewan penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



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

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

gura memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 29 Juli 2025



PERNYATAAN

saya menyatakan bahwa karya tulis berjudul “Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Tokopedia*” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan 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 karya saya ini.

Singaraja, 5 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Komang Puspa Adi Pradnyani

NIM: 2117041121



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Online Customer review Online Customer Rating* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace Tokopedia*. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.**

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk 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., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang ada di Jurusan Manajemen yang telah mendidik selama masa perkuliahan penulis.
8. Segenap staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam menyampaikan informasi dan memberikan pelayanan selama perkuliahan.

9. Segenap staf dan karyawan perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan pelayanan peminjaman buku selama masa perkuliahan.
10. Kedua orang tua penulis, Ibu Komang Sriasih & Bapak Nyoman Arta Yasa yang telah memberikan dukungan tiada henti baik moril dan materil, serta memberikan doa, cinta, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
11. Kakek & Nenek penulis, Bapak Ketut Somarai & Ibu Ketut Sribek yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun material, yang selalu menyertai setiap langkah saya dari kecil hingga dewasa. Terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan untuk kalian.
12. Saudara penulis, kak didit, kak dwi dan intan. Terimakasih sudah menyemangati penulis selama ini
13. Seluruh keluarga besar Red Somarai yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan senantiasa menjadi penyemangat bagi penulis, untuk adikku tersayang Alm. Deandra Pery Resinta terimakasih untuk semua ucapan penyemangatmu, meski tidak bisa menemani sampai akhir.
14. Para sahabat penulis Nyoman Ayu Mas Manikayasmin dan Ni Wayan Wana Dewi yang senantiasa menemani penulis dalam kondisi apapun selama menjalani masa studi. Terimakasih sudah menjadi orang-orang yang selalu membersamai penulis sejak awal.
15. Pemilik NIM 2117041267 yang telah menjadi penyemangat penulis selama penyusunan skripsi ini. Meluangkan baik tenaga, waktu, pemikiran dan kesabaran, terimakasih untuk segala bentuk canda dan tawa yang hadir.
16. Teman-teman penulis Agnes, Utik, dan seluruh teman-teman kelas B Pemasaran terima kasih telah memberikan pengalaman yang begitu luar biasa selama masa studi.
17. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Terakhir untuk diri saya sendiri. Terimakasih Komang Puspa Adi Pradnyani sudah mengesampingkan ego dan terus berusaha untuk menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari semua tekanan yang

ada diluar kendali, semoga hal-hal baik selalu mengiringi kehidupanmu kedepan. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri

Penulis menyadari bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki. Maka dari itu penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat dan berguna bagi para pembaca, khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 5 Agustus 2025



Komang Puspa Adi Pradnyani



DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 13
2.1 Deskripsi Teoritis	13
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.2 <i>Online Customer Review</i>	15
2.1.2.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	15
2.1.2.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	16
2.1.3 <i>Online Customer Rating</i>	17
2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	17
2.1.3.2 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	17
2.1.4 Kepercayaan Konsumen	18

2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	18
2.1.4.2 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	19
2.2 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
2.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian...	24
2.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian....	25
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian....	25
2.4.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> , <i>Customer Rating</i> dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Rancangan Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3.1 Populasi Penelitian.....	30
3.3.2 Sampel Penelitian.....	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.4.1 Jenis Data	31
3.4.2 Sumber Data.....	32
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	32
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Statistik Deskriptif	35
3.7.2 Pengujian Kualitas Data.....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.4 Uji Analisis Linear Berganda.....	38
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian	42

4.1.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	46
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Data	48
4.1.3.1 Uji Validitas	48
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	49
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	50
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.1.4.3 Uji Heterokedastisitas	51
4.1.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.1.6 Uji Parsial.....	54
4.1.7 Uji Simultan (F)	56
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.2.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	57
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian....	61
4.2.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> , <i>Online Customer Rating</i> , Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan	63
4.3 Implikasi Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Rangkuman	67
5.2 Simpulan	69
5.3 Keterbatasan Penelitian	70
5.4 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Sebaran Sampel Penelitian	31
Tabel 3. 2 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur.....	34
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	45
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	52
Tabel 4.11 Hasil Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Data Top Brand Index Situs Jual Beli Online Tahun 2020-2024.....	4
Gambar 1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuisioner Penelitian.....	80
Lampiran 02 Tabulasi Data.....	84
Lampiran 03. Hasil Uji Statistik Deskriptif	105
Lampiran 04. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	105
Lampiran 05. Hasil Uji Asumsi Klasik	108
Lampiran 06. Hasil Uji Hipotesis	109
Lampiran 07. Daftar Riwayat Hidup.....	110
Lampiran 08. Surat Pernyataan.....	111

