

**PENGARUH HARGA DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA  
2021**

**SKRIPSI**

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



Dr. I Nengah Suarmayasa, S.E., M.Si  
NIP. 198502202010121007

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

Skripsi oleh Made Pasmi Yuliani ini  
Telah dipertahankan di depan dewan pengaji  
Pada tanggal 18 Februari 2021

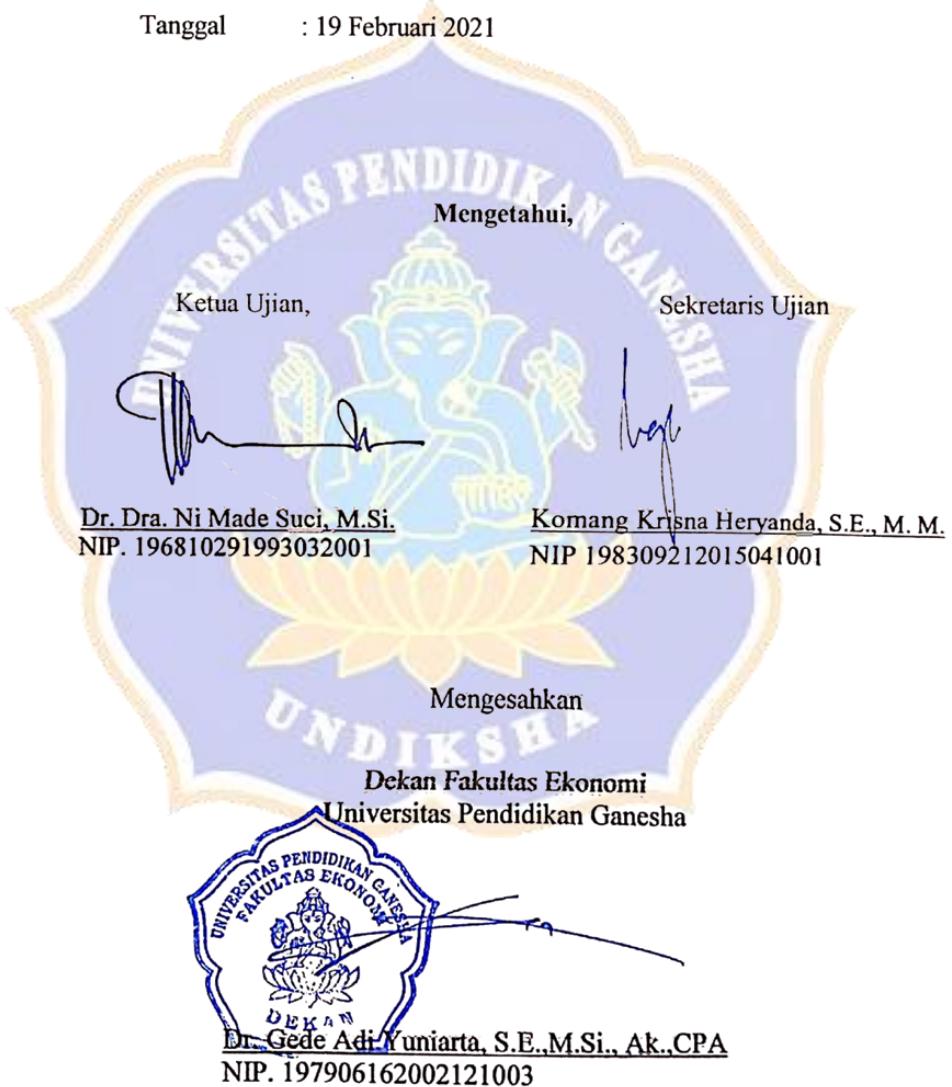
Dewan Pengaji,



Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universita Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Pendidikan

Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 19 Februari 2021



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk 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 resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam skripsi saya ini atau ada klaim terhadap keaslian skripsi saya ini.



Singaraja, 21 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



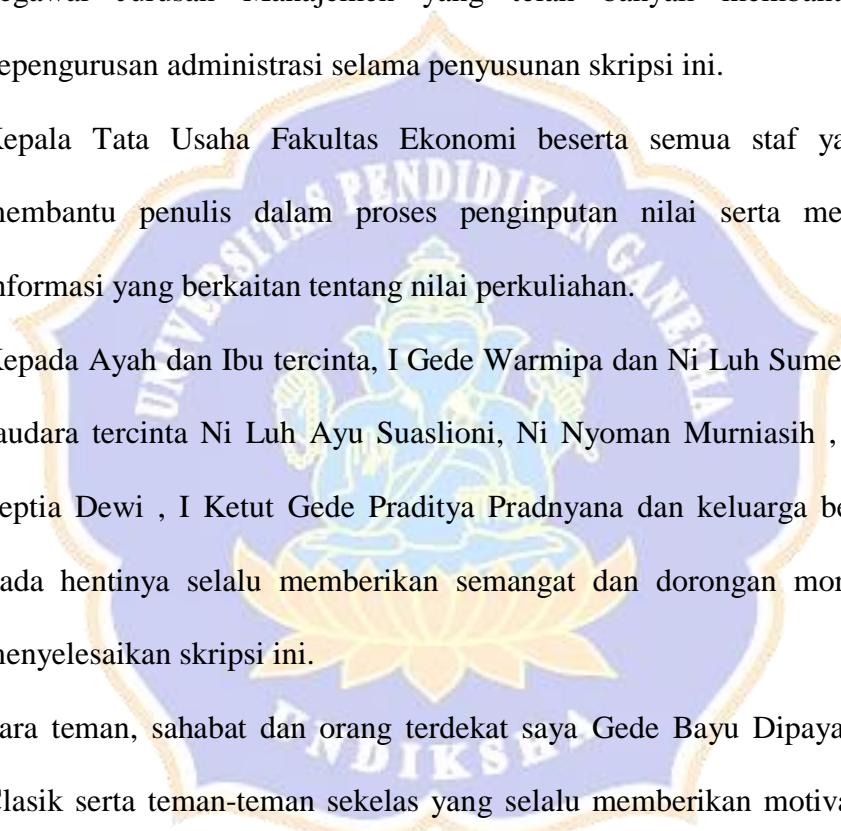
Made Pasmi Yuliani  
NIM. 1717041074

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan, arahan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, sekaligus Pembimbing I yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran memberikan bimbingan, saran masukan serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesaiya skripsi ini.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Koordinator Progam Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, sekaligus Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

- 
5. Dr. I Wayan Bagia, M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang selalu membantu dan memberikan masukan dalam penyusunan kartu rencana studi.
  6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
  7. Pegawai Jurusan Manajemen yang telah banyak membantu dalam kepengurusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.
  8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang nilai perkuliahan.
  9. Kepada Ayah dan Ibu tercinta, I Gede Warmipa dan Ni Luh Sumeptri, serta saudara tercinta Ni Luh Ayu Suaslioni, Ni Nyoman Murniasih , Ni Ketut Septia Dewi , I Ketut Gede Praditya Pradnyana dan keluarga besar yang tiada hentinya selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
  10. Para teman, sahabat dan orang terdekat saya Gede Bayu Dipayana, Boba Clasik serta teman-teman sekelas yang selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebut satu persatu, saya mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena segala keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan perbaikan dari para

pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca.

Singaraja, 21 Februari 2021

Penulis,



## DAFTAR ISI

### HALAMAN

PRAKATA .....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10

### **BAB II KAJIAN TEORI**

2.1 Deskripsi Teoretis .....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Harga .....	13
2.1.3 <i>Online Consumer Review</i> .....	15
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan .....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.3.1 Hubungan Harga dan <i>Online Consumer Review</i>	
Terhadap Keputusan pembelian .....	20
2.3.2 Hubungan Harga Terhadap Keputusan pembelian.....	20
2.3.3 Hubungan <i>Online Consumer Review</i>	
Terhadap Keputusan pembelian .....	21
2.4 Kerangka Pemikiran .....	22
2.5 Hipotesis Penelitian .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Rancangan Penelitian .....	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	26
3.4 Sampel Penelitian .....	26
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	29
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data .....	31
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data .....	34
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	37
3.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	38
3.7 Hipotesis Statistik.....	38

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Data .....	41
4.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	42
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
4.4 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	45
4.5 Pengujian Hipotesis.....	45
4.5.1 Pengaruh Harga dan <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	45
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	46
4.5.3 Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.7 Implikasi Penelitian.....	52

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Rangkuman .....	54
5.2 Simpulan .....	55
5.3 Saran .....	55

### **DAFTAR RUJUKAN .....**

### **LAMPIRAN .....**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data 5 Besar Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia Tahun 2019-2020.....	3
Tabel 2.1 Hasil Peneltian yang Relevan .....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	32
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden .....	41
Tabel 4.2 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda .....	44



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh Harga dan <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Tokopedia .....	23



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data 5 Besar Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia Tahun 2019-2020.....	63
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 03. Hasil Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia di Singaraja.....	67
Lampiran 04. Hasil Kuesioner Awal Variabel Harga Pengguna Tokopedia di Singaraja.....	68
Lampiran 05. Hasil Kuesioner Awal Variabel <i>Online Consumer Review</i> Pengguna Tokopedia di Singaraja.....	69
Lampiran 06. Gambaran Umum Responden.....	70
Lampiran 07. Hasil Data Ordinal Dan Interval Pernyataan Responden Variabel Harga, <i>Online Consumer Review</i> Dan Keputusan Pembelian .....	73
Lampiran 08. Daftar Nilai rtable Signifikasi 5% dan 1%.....	85
Lampiran 09. Hasil <i>Output</i> Perhitungan Spss 25 For Windows Harga ( $X_1$ ), <i>Online Consumer Review</i> ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y).....	86