

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI *MARKET PLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas
Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI



Oleh:

**INTAN AYU DELISA
NPM. 19610186**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2023



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI *MARKET PLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas
Muhammadiyah Metro)**

SKRIPSI

Oleh:

**INTAN AYU DELISA
NPM. 19610186**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI *MARKET PLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas
Muhammadiyah Metro)**

Intan Ayu Delisa, Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM², Nani
Septiana, S.E., M.M.²
NPM. 19610186

ABSTRAK

Intan Ayu Delisa, Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Di *Market Place Shopee*.”(1)Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM², (2)Nani Septiana, S.E., M.M.²

Pengguna internet telah melangkah lebih jauh tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga memesan kendaraan, berdagang, bekerja, dan bahkan membeli properti. Dengan munculnya kebutuhan konsumen untuk mengambil keputusan secara cepat tanpa terikat oleh ruang dan waktu serta kebutuhan untuk mewujudkan dirinya di dunia maya, hal ini akan berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen dalam membeli dan menggunakan produk secara online

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah variabel *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian? (2) Apakah variabel *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Harga? (3) Apakah variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian? Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Strata 1 UM Metro yaitu mahasiswa yang berada di fakultas ekonomi, Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Online Customer Review* terhadap Harga 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian, Harga

**THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASE
DECISIONS WITH PRICE AS A VARIABLE INTERVENING
AT MARKET PLACE SHOPEE
(Studies on FEB Class 2019 University Students
Muhammad Metro)**

Intan Ayu Delisa, Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM, Nani
Septiana, S.E., M.M.
NPM. 19610186

ABSTRACT

Intan Ayu Delisa, "The Influence of Online Customer Reviews on Purchase Decisions with Price as an Intervening Variable at Market Place Shopee." (1) Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM2, (2) Nani Septiana, S.E., M.M.2

Internet users have gone a step further not only to communicate but also to book vehicles, trade, work and even buy property. With the emergence of consumers' need to make decisions quickly without being bound by space and time as well as the need to manifest themselves in cyberspace, this will have a direct or indirect impact on consumer behavior in buying and using products online.

This study aims to determine (1) Does the Online Customer Review variable affect the Purchase Decision? (2) Does the Online Customer Review variable affect the price? (3) Does the price variable affect the purchase decision? The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire instrument or questionnaire. In this study, the population was undergraduate students at UM Metro, namely students at the Faculty of Economics. The sampling technique used accidental sampling with a total sample of 75 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results of the study show that 1) there is a positive and significant influence between Online Customer Reviews on Purchasing Decisions 2) there is a positive and significant influence between Online Customer Reviews on Price 3) there is a positive and significant influence between Price on Purchase Decision.

Keywords: Online Customer Review, Purchase Decision, Price

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI *MARKET PLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas
Muhammadiyah Metro)**

Oleh
INTAN AYU DELISA
NPM. 19610186

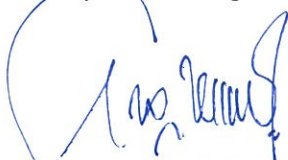
Telah disetujui Oleh:

Dosen pembimbing I.



Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM.
NIDN. 0231018702

Dosen pembimbing II.



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN : 0220098901

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN : 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI MARKET PLACE SHOPEE
((Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas
Muhammadiyah Metro)

INTAN AYU DELISA
NPM. 19610186

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Jumat
Tanggal : 23 Juni 2023
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,


Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM.
NIDN. 0231018702

Ketua Penguji


Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

Sekretaris


Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 020076001

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan,


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



MOTTO

Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah.

“Imam bin Al Qayim”

Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat.

“Imam Syafi’i “

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tak henti-henti memberikan dukungan, serta senantiasa berdo'a untuk keberhasilan serta segala yang terbaik untuk penulis, terimakasih atas segala doa kalian yang tulus, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
2. kakak tersayang dan Adik tersayang, serta keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi **“Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Di *Market Place* Shopee.”**.

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan Skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
4. Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM selaku pembimbing I yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya proposal ini
5. Nani Septiana, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya proposal ini
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : INTAN AYU DELISA

NPM : 19610186

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul "**Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Di *Market Place* Shopee.**". adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 4 Agustus 2023



INTAN AYU DELISA
NPM. 19610186



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 448/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : INTAN AYU DELISA
NPM : 19610186
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

**PENGARUH ONLINE COSTUMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI MARKET PLACE SHOPEE**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 04 September 2023

Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: help@upi.ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK).....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	Xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1. Identifikasi masalah.....	5
2. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Pengertian online Customer Review (X_1)	9
3. Pengertian Harga (X_2).....	11
4. Pengertian Keputusan Pembelian (Y).....	13
B. Hasil Penelitian Relevan	16
C. Kerangka Pemikiran.....	18

D. Hipotesis penelitian.....	20
------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	21
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	21
C. Metode Penelitian	21
1. Operasional Variabel.....	21
D. Populasi dan Sampel.....	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
E. Sumber Data	25
1. Sumber Data Primer	25
2. Sumber Data Sekunder.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Dokumentasi.....	25
2. Observasi.....	25
3. Wawancara.....	25
4. Quisioner	26
5. Kepustakaan.....	26
G. Teknik Analisis Data	26
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	26
a. Uji Validitas	26
b. Uji reliabilitas	27
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	27
a. Uji Normalitas.....	27
b. Uji Linearitas	28
c. Uji Homogenitas.....	28
3. Model Analisis.....	29
a. Model analisis jalur	29
b. Hipotesis Statistik.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
1. Sejarah singkat perusahaan.....	31
2. Struktur organisasi	22
3. Tugas pokok	33
B. Hasil Penelitian	37

1. Pengujian Persyaratan Instrumen	37
a. Uji validitas.....	37
b. Uji reliabilitas.....	38
2. Frekuensi data kuisisioner	38
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	43
a. Uji Normalitas.....	43
b. Uji Lineritas	43
c. Uji homogenitas	46
4. Uji Persamaan	47
a. Uji Analisis	47
b. Hipotesis Statistik.....	50
C. Pembahasan	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1 Pra survey Mahasiswa	4
Table 2 Hasil Penelitian Relevan	16
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 4 Populasi Mahasiswa FEB	24
Tabel 5 alternatif jawaban Skala Likert	26
Tabel 6 distribusi frekuensi data Review	39
Tabel 7 distribusi frekuensi data keputusan Pembelian	41
Tabel 8 distribusi frekuensi Harga	42
Tabel 9 Hasil uji normalitas	43
Tabel 10 Hasil uji linieritas Review keputusan Pembelian	44
Tabel 11 Hasil Uji Linearitas review dan harga	45
Table 12 Hasil uji linieritas Harga dan keputusan Pembelian	45
Tabel 13 uji homogenitas <i>review</i>	46
Tabel 14 uji homogenitas keputusan Pembelian	46
Tabel 15 Uji Homogenitas Harga	46
Tabel 16 Uji Regresi berganda 1	47
Tabel 17 uji F	48
Tabel 18 Uji R ²	49
Tabel 19 Uji Regresi bergandanda 2	49
Tabel 20 Uji R ²	49
Tabel 21 Uji F	49
Tabel 22 Ringkasan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data pengguna Shopee	2
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3 Sturktur organisasi	32
Gambar 4 Histogram Skor Variabel x1.....	39
Gambar 5 Histogram Skor Variabel Y	41
Gambar 6 Histogram Skor Variabel Z	43
Gambar 7 analisis jalur model 1	48
Gambar 8 analisis jalur model 2	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	58
Lampiran 2. Tabulasi Skor Hasil Kuesioner	62
Lampiran 3. Uji Validitas dan reliabilitas	68
Lampiran 4. Persyaratan analisis	72
Lampiran 5. Model analisis	75
Lampiran 6 Uji hipotesis statistik.....	76
Lampiran 7 Tabel r	77
Lampiran 8 Tabel t.....	78
Lampiran 9 Tabel f.....	80
Lampiran 10 Tabel linieritas.....	82