

**PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TOKO KOSMETIK ONLINE ROSSHOP LAZADA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN
MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



OLEH :

**PRIDASYA SULISTA
NPM : S1-19180080**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOKO KOSMETIK ONLINE ROSSHOP
LAZADA

OLEH : PRIDASYA SULISTA

NPM : S1- 19180080

Disetujui
Dosen Pembimbing

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

Dosen Penguji

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

(WARTOYO HADI, SE.,MM)

Mengetahui,
Ketua Prodi

Mengetahui,
Dekan

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M) (YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pelanggan Online Rosshop Lazada. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 385 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, *Online Customer Review* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, dan Harga, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO KOSMETIK ONLINE ROSSHOP LAZADA”. Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis sampai dengan selesainya skripsi ini.
4. Dosen-Dosen Pengajar dan staff Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia yang telah melalui perkuliahan bersama dan Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia kelas manajemen malam dan rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan saling mendukung satu sama lain.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara

langsung maupun tidak langsung, semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, November, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Manajemen Pemasaran	13
B. Keputusan Pembelian	16
C. Harga	24
D. <i>Online Customer Review</i>	31
E. <i>Online Customer Rating</i>	34
F. Keputusan Pembelian	37
G. Kerangka Penelitian	44
H. Penelitian Terdahulu	45
I. Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Metode Penelitian	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian	53
C. Populasi dan Sampel	53

D. Jenis dan Sumber Data	55
E. Operasional Variabel	58
F. Teknik Analisis Data	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik.....	61
4. Uji Koefisien Korelasi	63
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
6. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
A. Sejarah Perusahaan	72
B. Profil Responden	78
C. Uji Validitas dan Realiabilitas	81
1. Uji Validitas	81
2. Uji Reliabilitas	85
3. Uji Asumsi Klasik	87
D. Analisis Deskriptif	90
E. Analisa koefisien Korelasi	95
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	96
G. Uji Partial (Uji) t	98
H. Uji Hipotesis F	100
I. Koefisien Determinasi (R^2)	102
J. Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu	45
Tabel 2	Operasional Variabel	58
Tabel 3	Kekuatan Hubungan Korelasi.....	65
Tabel 4	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 5	Klasifikasi Responden berdasarkan Usia	79
Tabel 6	Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
Tabel 7	Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Jadi Pelanggan	81
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	82
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	83
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X3)	83
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)	85
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2) ...	85
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X3)	86
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 16	Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Tabel 18	Jawaban responden pada variabel Harga (X1)	90
Tabel 19	Jawaban responden pada variabel <i>Online Customer Review</i> X2	92
Tabel 20	Jawaban responden pada variabel <i>Online Customer Rating</i> X3	93
Tabel 21	Jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y)	94
Tabel 22	Hasil Analisis Korelasi	96
Tabel 23	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	97
Tabel 24	Hasil Uji Partial (Uji) t.....	98
Tabel 25	Hasil Uji Hipotesis F	100
Tabel 26	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna e-commerce di Inonesia Tahun 2017 - 2021	2
Gambar 2	Online Customer Review Rosshop Lazada	7
Gambar 3	Grafik penjualan Rosshop Lazada	8
Gambar 4	Kerangka Peemikiran	44
Gambar 5	Struktur Organisasi Toko Kosmetik Online Rosshop Lazada.....	77
Gambar 6	Hasil Uji Normalitas	88
Gambar 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Uji Validitas

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Responden

Lampiran 5 Profil Responden

Lampiran 6 Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Output Deskriptif

Lampiran 8 Tabel r

Lampiran 9 Tabel t

Lampiran 10 Tabel F