

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN ULASAN/TANGGAPAN
PELANGGAN *ONLINE* (*ONLINE CUSTOMER REVIEW*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR *FASHION*
(Studi kasus: pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Bogor)**

SKRIPSI

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

Oleh:

**ROHANI CRISTI PITTAULI TOBING
NPM S1-0216.204**



**UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2021**

**PROGRAM STUDI STRATA - 1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH DESAIN PRODUK DAN ULASAN/TANGGAPAN
PELANGGAN *ONLINE* (*ONLINE CUSTOMER REVIEW*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR *FASHION* (STUDI
KASUS: PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KOTA
BOGOR)

OLEH : ROHANI CRISTI PITTAULI TOBING

NPM : S10216.204

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Wartoyo Hadi., SE., MM)

(Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., MM)

PENGUJI I

PENGUJI II

(Sumardjono., SE., MM)

(Priyo Wismantoro, Drs., MM)

Bogor, Maret 2021

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. Ismulyana Djan, SE., MM)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas anugerah dan kebaikan Allah, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DESAIN PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR FASHION (Studi kasus: Pengguna *E-commerce* Shopee di Kota Bogor)”**.

Penyusunan skripsi ini dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM selaku Rektor UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA yang telah memberikan izin dan fasilitas guna menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak, selaku Wakil Rektor 1. Bapak Dedy Mulyadi S.Ssi., M.Kom selaku Wakil Rektor II, Ibu Yustina Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis dan Kepala Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin
3. Bapak Wartoyo Hadi., SE., MM, selaku Dosen pembimbing I dan Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan bermurah hati memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

4. Orang tua yang telah memberikan segala dukungan, motivasi, dan doa-doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Adik-adik peneliti, Angelica Christiana Tobing dan Yemima Elishabeth Pramesty Tobing yang memberikan semangat, dukungan, menghibur dan doa-doa yang tulus sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Dosen-Dosen dan *Staff* UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA yang membantu selama proses perkuliahan.
7. Anggota keluarga yang telah memberikan motivasi dan dukungan secara materil dan moril dalam penyelesaian skripsi
8. Keluarga Om Nababan yang telah memberikan fasilitas yang dibutuhkan peneliti selama menyelesaikan skripsi
9. Stefannus Isaias Suryadinata yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penyelesaian skripsi
10. Nikita Hattu yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penyelesaian skripsi
11. Teman seperjuangan kuliah yang saling mendukung selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan dan menghargai setiap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar penelitian di masa datang akan lebih baik lagi.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih dan berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat digunakan sebagai tambahan bagi pihak yang membutuhkan.

Bogor, Maret 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

	HALAMAN
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB	
I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Batasan Masalah	17
D. Rumusan Masalah.....	18
E. Tujuan Penelitian	18
F. Manfaat Penelitian	19
G. Sistematika Penelitian	20
II STUDI PUSTAKA.....	22
A. Manajemen Pemasaran	22
B. Pemasaran	23
C. Keputusan Pembelian.....	24
D. Desain Produk.....	33
E. Ulasan Pelanggan <i>Online (Online Customer Review)</i>	40
F. Penelitian Terdahulu	44
G. Kerangka Penelitian	47
H. Hipotesis Penelitian	48
III METODOLOGI PENELITIAN.....	51
A. Jenis Metode Penelitian	51
B. Variabel Penelitian.....	51
C. Definisi Operasional	52

	D. Populasi dan sampel.....	53
	E. Metode Pengumpulan Data.....	55
	F. Instrumen Penelitian	57
	G. Teknik Analisis Data.....	58
III	HASIL DAN PEMBAHASAN	70
	A. Sejarah Perusahaan	70
	B. Profil Responden	71
	C. Teknik Analisis Data	77
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	103
III	KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
	A. Kesimpulan.....	108
	B. Saran	108
	DAFTAR PUSTAKA.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu.....	44
Tabel 2 Operasional variabel	52
Tabel 3 Tingkat signifikan kepercayaan	55
Tabel 4 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 5 Kolmogrov smirnov	62
Tabel 6 Koefisien korelasi	66
Tabel 7 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	72
Tabel 8 Profil responden berdasarkan usia	73
Tabel 9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 10 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
Tabel 11 Profil Responden Berdasarkan Domisili	75
Tabel 12 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Sebulan	76
Tabel 13 Hasil uji validitas X_1	78
Tabel 14 Hasil uji validitas X_2	79
Tabel 15 Hasil uji validitas Y	80
Tabel 16 Hasil uji reliabilitas X_1	81
Tabel 17 Hasil uji reliabilitas X_2	81
Tabel 18 Hasil uji reliabilitas Y	82
Tabel 19 Hasil uji normalitas	83
Tabel 20 Hasil uji multikolinearitas.....	84
Tabel 21 Hasil uji linearitas X_1	86

Tabel 22 Hasil uji linearitas X_2	87
Tabel 23 Hasil Statistik Deskriptif	88
Tabel 24 Jawaban responden dan skor indikator X_1	90
Tabel 25 Jawaban responden dan skor indikator X_2	91
Tabel 26 Jawaban responden dan skor indikator Y	93
Tabel 27 Interval koefisien korelasi	94
Tabel 28 Hasil uji koefisien korelasi	95
Tabel 29 Hasil regresi linear berganda	96
Tabel 30 Hasil uji hipotesis parsial (t)	98
Tabel 31 Hasil uji hipotesis simultan (F)	101
Tabel 32 Hasil uji koefisien determinasi (R^2)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persentase kontribusi PDB subsektor ekraf 2016	2
Gambar 2 Pengguna dan tingkat penetrasi <i>e-commerce</i> Indonesia.....	9
Gambar 3 Penerapan <i>e-commerce</i> industri kreatif	10
Gambar 4 Peta <i>e-commerce</i> Indonesia kuartal 1 tahun 2020.....	12
Gambar 5 Kategori produk yang sering dibeli pada <i>e-commerce</i>	14
Gambar 6 Kategori Produk Terlaris di <i>E-commerce</i> Indonesia.....	15
Gambar 7 Tahap proses keputusan pembelian.....	25
Gambar 8 Tahap Proses Keputusan Pembelian <i>Online</i>	30
Gambar 9 Kerangka pemikiran	47
Gambar 10 Logo Shopee.....	70
Gambar 11 <i>Scatterplot</i> variabel <i>dependent</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Kuesioner	117
Lampiran 2. Data Tabulasi Kuesioner 30 Responden.....	122
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	125
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	128
Lampiran 5. Data Tabulasi Kuesioner 100 Responden.....	129
Lampiran 6. Tabel r.....	138
Lampiran 7. Tabel t.....	139
Lampiran 8. Tabel f.....	142
Lampiran 9. Hasil <i>Output</i> Deskriptif Responden.....	145
Lampiran 10. Frekuensi Tanggapan Responden Pada Kuesioner.....	147
Lampiran 11. <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik dan Olahan SPSS	156