

**PENGUKURAN KUALITAS PRODUK, RATING
PRODUK *ONLINE* DAN ULASAN PRODUK *ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
ONLINE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

OLEH

ALBERT CHRISBIANTO DWINUSA AJI

201710325075



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengukuran Kualitas Produk, Rating Produk
Online dan Ulasan Produk *Online* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Albert Chrisbianto Dwinusa Aji

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325075

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Andrian, S.E., M.M
NIDN : 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengukuran Kualitas Produk, Rating Produk
Online dan Ulasan Produk *Online* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Albert Chrisbianto Dwinusa Aji
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325075
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN


Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

Anggota Penguji I : Andrian, S.E., M.M
NIDN : 0321077102

Anggota Penguji II : Supriyanto, S.E., M.M
NIDN : 0020067201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengukuran Kualitas Produk, Rating Produk *Online* dan Ulasan Produk *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 16 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Albert Chrisbianto Dwinusa Aji

NPM : 201710325075

ABSTRAK

Albert Chrisbianto Dwinusa Aji, 201710325075. Pengukuran Kualitas Produk, Rating Produk *Online* dan Ulasan Produk *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk, rating produk *Online* dan ulasan produk *Online* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya pada toko *Online* shopee. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2017 yang pernah menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja. Teknik yang digunakan adalah non-probability sampling dengan Teknik sampling jenuh dengan penyebaran kuesioner melalui google kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hepotesis uji analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Rating Produk *Online* dan Ulasan Produk *Online* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti kemampuan variabel independen (Kualitas Produk, Rating Produk *Online* dan Ulasan Produk *Online*) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 64,6% sisanya 35,4% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar dari penelitian ini

Kata Kunci : Kualitas Produk, Rating Produk *Online*, Ulasan Produk *Online*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACK

Albert Chrisbianto Dwinusa Aji, 201710325075. *Measurement of Product Quality, Online Product Ratings and Online Product Reviews on Purchase Decisions at Shopee Online Stores, Thesis of the Faculty of Economics and Business, Study Program Management University Bhayangkara Jakarta Raya.*

This study aims to determine how much effect of product quality, product ratings/stars and product reviews have jointly influence on purchasing decisions for students of Management Study Program Faculty of Economics and Business Class of 2017 University Bhayangkara Jakarta Raya at shopee Online stores. The method used is a quantitative method. The population used in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Bhayangkara Jakarta Raya 2017 who used the Shopee application for shopping. The technique used is non-probability sampling with saturated sampling technique by distributing questionnaires through google questionnaires. Data analysis techniques in this study are data quality test, classical assumption test, hypothesis test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination.

The results showed that the variables of Product Quality, Online Product Ratings and Online Product Reviews simultaneously had a significant effect on Online purchasing decisions. Which means the ability of the independent variables (Product Quality, Ratings and Online Product Reviews) in explaining changes in the dependent variable (Purchase Decisions) of 64.6%, the remaining 35.4% is explained by other variables outside of this study.

Keywords : Product Quality, Online Product Rating, Online Product Reviews, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kasih dan karunia yang diberikanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Adapun skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti ujian Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis dalam hal pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan hati yang terbuka sebagai bahan perbaikan dan untuk menambah wawasan penulis di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Hadita, S.PD., M.M Selaku Ketua Program Studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Andrian, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan pemikiran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku dosen penguji sidang 1 dan Bapak Supriyanto, S.E., M.M selaku dosen penguji sidang 2 yang telah memberikan nasehat dan perbaikan terhadap skripsi ini.
5. Bapak Jumawan., S.E., M.M., selaku dosen Pembimbing Akademik yang memberikan pengarahan dan pengajaran kepada penulis.

6. Keluargaku tercinta, Papa, Mama, Aju Duma dan Kaka saya Christy yang telah memberikan banyak dukungan dan doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sangat baik dan tepat pada waktunya.

7. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar, mendidik dan memberikan wawasan yang baru kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

8. Teman-teman Seperjuangan selama masa perkuliahan Bella, Listia, Dina, Sri, Indra, Bimo, Abu, Ramadhan yang telah memberikan dukungan dan kebersamaanya yang selalu menghibur disaat masa perkuliahan.

9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner google form. Sehingga skripsi ini bisa terselesaikan

Penulis hanya dapat mendoakan, kiranya Tuhan Yang Maha Esa membalas atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan senantiasa menganugrahkan kasih, berkat dan kemurahanNya yang berlimpah-limpah bagi kita sekalian.

Jakarta, 16 Juli 2021



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Electronic Commerce (E-Commerce)	12
2.2 Marketplace	13
2.3 Kualitas Produk	14
2.3.1 Pengertian Kualitas	14
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.4 Rating Produk <i>Online</i>	15
2.5 Ulasan Produk <i>Online</i>	16
2.6 Electronic Word-of-Mouth.....	18
2.7 Perilaku Konsumen	19
2.8 Keputusan Pembelian	22
2.9 Kerangka Pikir.....	22
2.10 Hipotesis	24
2.11 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	28

3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	29
3.6 Skala Pengukuran Variabel	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7.1 Data Primer	32
3.7.2 Data Sekunder.....	32
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	33
3.8.3 Uji Normalitas Data	34
3.8.4 Uji Multikolinieritas	34
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.6 Analisis Regresi linier berganda	35
3.8.8 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	35
3.8.9 Uji Regresi Secara Simultan (Uji-F).....	36
3.8.10 Koefisien Determinan (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan Shopee	38
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Shopee.....	39
4.1.3 Logo Perusahaan.....	40
4.2 Penyajian Data (Hasil Penelitian).....	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.....	42
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Responden	43
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Darimana Mengetahui Marketplace Shopee.....	44
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian.....	44
4.3 Deskripsi Data Variabel Penelitian	45
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	45
4.3.2 Deskripsi Data Variabel Rating Produk <i>Online</i> (X2)	47

4.3.3 Deskripsi Data Variabel Ulasan Produk <i>Online</i> (X3).....	48
4.3.4 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
4.4 Teknik Analisis Data (Hasil dan Pembahasan)	51
4.4.1 Uji Validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	52
4.4.3 Uji Normalitas.....	53
4.4.4 Uji Multikolinieritas	55
4.4.5 Uji Heterokedastisitas	55
4.4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.4.7 Uji Hipotesis	58
4.5 Pembahasan Penelitian	60
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.5.2 Pengaruh Rating Produk <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.5.3 Pengaruh Ulasan Produk <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk, Rating Produk <i>Online</i> dan Ulasan Produk <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Manajerial.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel & Pengukuran.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert	32
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Rating Produk Online	47
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Ulasan Produk Online.....	48
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Uji Nomalitas Kolmogorov	54
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Multikolinieritas	55
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 10 Uji T	58
Tabel 4. 11 Uji F	59
Tabel 4. 12 Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna Dan Tingkat Penetrasi E-commerce di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Top E-Commerce Berdasarkan Ranking PlayStore	5
Gambar 2. 1 Skala Penilaian Rating	16
Gambar 2. 2 Perilaku Belanja Milenial (Sumber Shopee 2017)	21
Gambar 2. 3 Bagan Kerangka Pikir	24
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	40
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	42
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Responden.....	43
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Dimana Mengetahui Marketplace Shopee	44
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian	45
Gambar 4. 8 Hasil Grafik P-Plot.....	54
Gambar 4. 9 Hasil Grafik Scatterplot.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Data Mahasiswa Aktif Manajemen 2017	72
Lampiran 3 Jawaban 146 Responden.....	77
Lampiran 4 Hasil Output Analisis SPSS.....	92
Lampiran 5 Uji Plagiarisme	106
Lampiran 6 Uji Referensi Skripsi	107
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	110

