

**PENGARUH ULASAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAPSUL CURAH
HERBAL DI CV MASTER BINTANG PADA MARKETPLACE SHOPEE**

SKRIPSI

Oleh :

Ery Fakhriza

201910325053



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee

Nama Mahasiswa : Ery Fakhriza

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325492

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN. 0327128105

Pembimbing II



Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd
NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal
di CV. Master Bintang pada *Market Place* Shopee

Nama Mahasiswa : Ery Fakhriza

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325492

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

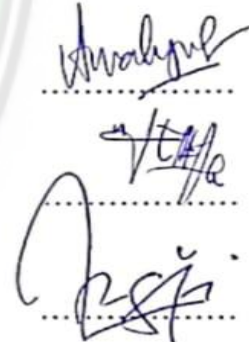
Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M
NIDN. 0313117902

Sekretaris Tim Penguji : Neng Siti Komariah S.E., M.M
NIDN. 0327128105

Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP
NIDN. 0302066905



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee" 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, 14 Juli 2023

Penulis



Ery Fakhriza
201910325492

ABSTRAK

Ery Fakhriza. 201910325492. Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang simultan antara Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal di CV Master Bintang pada Marketplace Shopee yang berdampak bagi CV Master Bintang. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada konsumen shopee masterherbalindo99. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 130 konsumen shopee, menggunakan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan Purposive Sampling. Data yang memenuhi syarat validitas dan realibilitas. Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa Ulasan Produk dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di CV Master Bintang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai hasil uji f yang diperoleh $17,847 > 3,07$ (F tabel) dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan kurang dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti yaitu ulasan produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Masing-masing dari tingkat ulasan produk dan kepercayaan memiliki peranan yang sangat penting terhadap hasil keputusan pembelian.

Keywords: Product Reviews, Trust, Purchase Decision

ABSTRACT

Ery Fakhriza. 201910325492. The Effect of Product Reviews and Trust on Purchasing Decisions at CV Master Bintang on the Shopee Marketplace.

This study aims to determine the simultaneous influence between Product Reviews and Trust on Purchasing Decisions for Herbal Bulk Capsule Products at CV Master Bintang on the Shopee Marketplace which has an impact on CV Master Bintang. The population in this study were employees of shopee masterherbalindo99 consumers. Data collection through distributing questionnaires to 130 shopee consumers, using the sampling method in this study was using Purposive Sampling. Data that meets the requirements of validity and reliability. Based on the results of this study which states that Product Reviews and Trust simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions at CV Master Bintang. This can be proven by the value of the f test results obtained $17.847 > 3.07$ (F table) with a Sig value. $0.000 < 0.05$ or a significant value of less than 0.05. Based on this, it can be concluded that it is proven that product reviews and trust have a positive influence on purchasing decisions. Each of the levels of product reviews and trust has a very important role in the results of purchasing decisions.

Keywords: *Product Reviews, Trust, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas semua nikmat dan Anugerah yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Ulasan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kapsul Curah Herbal Di CV. Master Bintang Pada Marketplace Shopee” dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sejak dari perencanaan maupun penulisan serta bantuan lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.BA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S. Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Neng Siti Komariah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi I saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih atas bimbingannya, semoga ibu selalu berada dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa
5. Ferawaty Puspitorini, S.S., M. Pd selaku dosen pembimbing skripsi II saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih atas bimbingannya, semoga ibu selalu berada dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa

6. Dr. Yayah Hendrayana, S.E., M.M selaku dosen akademik saya.
Terimakasih atas bimbingan dan semangatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua, ketiga kakak dan adik saya yang selalu mendukung, memberikan motivasi, semangat dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Melawati Hasanah, Rizka Aulia, Jihan Nabilah, Dewi Julianti, dan Lusyana Widyanti teman seperjuangan skripsi yang selalu memberi motivasi, semangat, dukungan serta bantuan selama penyusunan skripsi.
10. Adzka Choirunnisa, Putri Reghina Cahyati, Ika Setyawaty dan Mega Arum yang turut memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam menyusun skripsi.

Jakarta, 14 Juli 2023



Ery Fakhriza
201910325492

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Telaah Teoritis	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.2.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	14
2.3 Ulasan Produk	14
2.3.1 Pengertian Ulasan Produk	14
2.3.2 Manfaat Ulasan Produk.....	15
2.3.3 Indikator Ulasan Produk	16
2.4 Kepercayaan.....	17
2.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	17
2.4.2 Faktor-Faktor Kepercayaan.....	18
2.4.3 Indikator Kepercayaan	18
2.5 Telaah Empiris	19

2.6	Kerangka Pemikiran.....	29
2.7	Hipotesis Penelitian.....	30
2.7.1	Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.7.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.7.3	Pengaruh Ulasan Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1	Jenis Data.....	35
3.3.2	Sumber Data.....	35
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.5	Skala Pengukuran.....	38
3.6	Metode Analisis Data.....	39
3.6.1	Uji Validitas.....	39
3.6.2	Uji Realibilitas.....	40
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1	Uji Normalitas.....	40
3.7.2	Uji Multikolinieritas.....	41
3.7.3	Uji Heterokedastisitas.....	41
3.8	Uji Analisis Data.....	42
3.8.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3.9	Pengujian Hipotesis.....	43
3.9.1	Uji T (Parsial).....	43
3.9.2	Uji Simultan (Uji F).....	44
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44
BAB IV		45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1	Profil CV Master Bintang.....	45
4.1.2	Visi dan Misi CV Master Bintang.....	45
4.1.3	Logo Perusahaan.....	46
4.2	Gambaran Umum Responden.....	46

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	49
4.3	Hasil Uji Instrumen	50
4.3.1	Uji Validitas.....	50
4.3.2	Uji Realibilitas	52
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	53
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas	54
4.3.3.3	Uji Heteroskeditas.....	55
4.4	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.5	Uji Hipotesis	57
4.5.2	Uji F	58
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.6	Pembahasan dan Hasil.....	60
4.6.1	Pengaruh Ulasan produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	60
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap keputusan Pembelian (Y)	61
4.6.3	Pengaruh Ulasan Produk (X1) dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

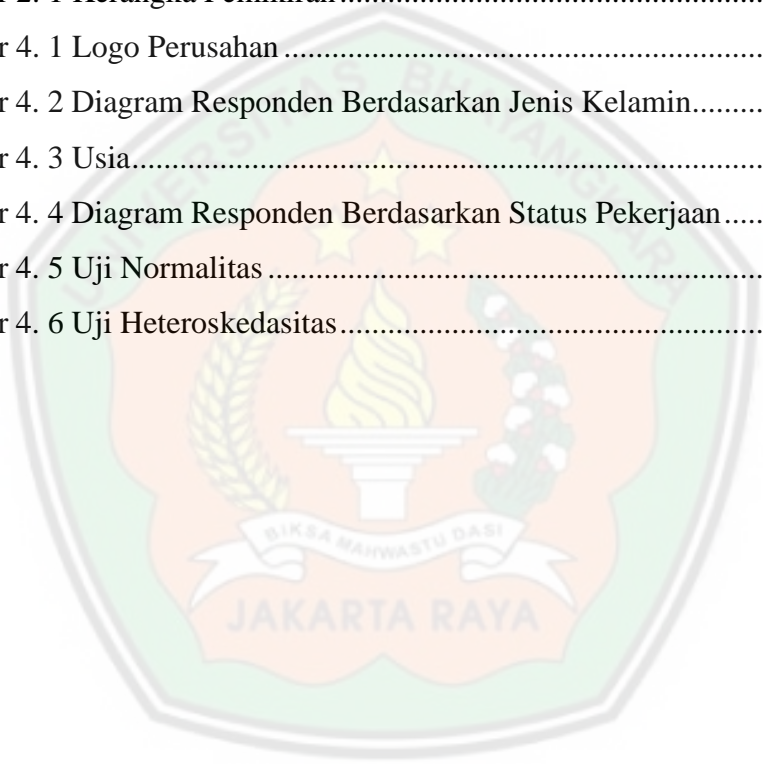
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Pendistribusian Kuesioner	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Coba Validitas X1	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Coba Validitas X2	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Coba Validitas Y	51
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 8 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Berganda	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung dan Penjualan di Shopee pada produk Kapsul Curah Herbal per tahun 2021	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung dan Penjualan di Shopee pada produk Kapsul Curah Herbal per tahun 2022	3
Gambar 1. 3 Ulasan Produk di Shopee	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	46
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4. 3 Usia.....	49
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	50
Gambar 4. 5 Uji Normalitas	54
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedasitas.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Riset

Lampiran 2 Surat Balasan Perusahaan

Lampiran 3 Uji Plagiarisme

Lampiran 4 Uji Referensi

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Data Tabulasi Responden

Lampiran 7 Hasil Uji Output

Lampiran 8 Tabel R

Lampiran 9 Tabel Titik Presentase Distribusi T

Lampiran 10 Tabel Presentase Distribusi F

Lampiran 11 Buku Bimbingan

