

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MINAT BELI PADA WARUNG MAKAN WARPOPSKI DI
TEBET JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

Nia Nadia Hasiwi

201910325250



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas produk dan
Online Customer Review terhadap
Keputusan Pembelian melalui Minut
Beli pada Warung Makan Warpopski
di Tebet Jakarta Selatan

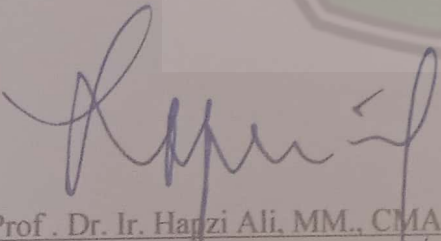
Nama mahasiswa : Nia Nadia Hasiwi

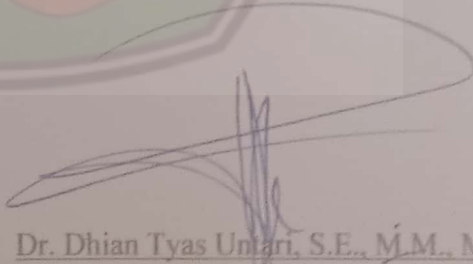
Nomor pokok mahasiswa : 201910325250

program studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023




Prof. Dr. Ir. Harzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN : 0012016601


Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN : 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Kualitas Produk Dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Warung Makan Warpopski di Tebet Jakarta Selatan

Nama Mahasiswa : Nia Nadia Hasiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 20191032525

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 26 Juli 2023

MENGESAHKAN,

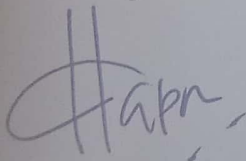
Ketua Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN. 0325057908

Sekretaris Tim Penguji : Franciscus Dwikodjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN. 0329017202

Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN. 0012016601

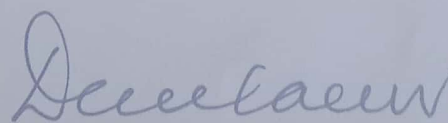
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

LEMBAR PERNYATAAN

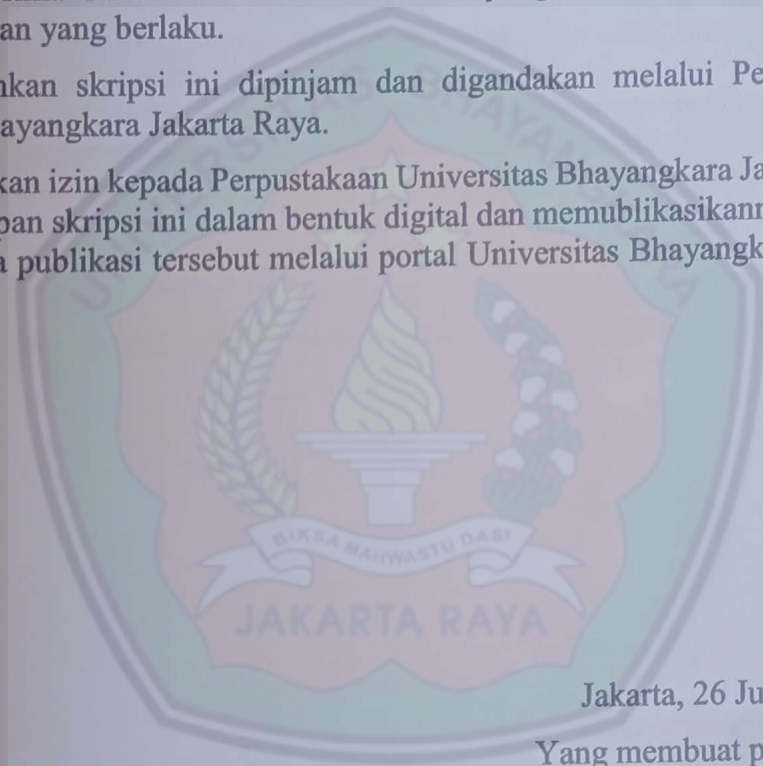
Dengan ini menyatakan Bahwa:

Skripsi yang berjudul “Kualitas Produk dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Warung Makan Warpopski di Tebet Jakarta Selatan” 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 memublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



Jakarta, 26 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Nia Nadia Hasiwi

201910325259

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai kualitas produk, *online customer review* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada warung makan warpopski di Tebet Jakarta Selatan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Data primer diambil dengan cara kuesioner yang diisi oleh konsumen warpopski melalui google form. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang telah melakukan pembelian di warpopski. Sampel pada penelitian ini berjumlah 200 responden. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis SEM dengan pengolahan data menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sedangkan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *online customer review* terhadap keputusan pembelian tidak berpengaruh. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Sedangkan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Kata kunci : kualitas produk, *online customer review*, keputusan pembelian dan minat beli.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out the description of product quality, online customer reviews on purchasing decisions through buying interest at warpopski food stalls in Tebet, South Jakarta. This type of research is quantitative. Primary data was taken by means of a questionnaire filled out by warpopski consumers via the Google form. The sampling method uses accidental sampling technique. The population in this study are people who have made purchases at Warpopski. The sample in this study amounted to 200 respondents. The analysis in this study uses SEM analysis with data processing using SmartPLS 4.0. The results of this study indicate that product quality has no effect on purchase intention. Meanwhile, online customer reviews have a positive and significant effect on purchase intention. The product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions on purchasing decisions. Meanwhile, online customer reviews on purchasing decisions have no effect. Product quality has no effect on purchasing decisions through purchase intention. Meanwhile, online customer reviews influence purchasing decisions through buying interest.

Keywords: *product quality, online customer review, purchase decision and purchase intention*

KATA PENGANTAR

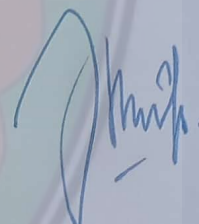
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan proposal ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan *Online customer review* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Warung Makan Warpopski di Tebet Jakarta Selatan" guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Hadita, S.Pd., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Supardi Tahir, S.T., M.M selaku dosen pembimbing akademik.
5. Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM Selaku dosen pembimbing 1 dan Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku dosen Pembimbing 2
Penulis berterimakasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin

6. Orang tua penulis dan anggota keluarga penulis yang telah memberi doa, dorongan, bantuan, dukungan, material serta moral. Dan kepada Almh.Nurhasanah (ibu kandung), semoga ibu bangga. Karena penulis sudah mewujudkan keinginan ibu.
7. Owner warpopski atau bang Popo dan seluruh tim warpopski yang sudah membantu penulis dalam penyusunan skripsi
8. Seluruh sahabat seperjuangan dari kampus yang selalu membuat penulis semangat dan optimis dalam mengerjakan semua ini sampai dengan selesai.
9. Dan kepada Hafiz Ichsan Fathony terimakasih banyak sudah selalu memberikan dukungan selalu.

Jakarta ,26 Juli 2023



Nia Nadia Hasiwi

201910325250

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
1.5 Batasan Masalah	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Telaah Teoritis	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas produk	13
2.1.1.2 Indikator Kualitas produk	14
2.1.1.3 Dimensi Kualitas produk	15
2.1.2 <i>Online customer review</i>	15
2.1.2.1 Pengertian <i>Online customer review</i>	16
2.1.2.2 Indikator <i>Online customer review</i>	17
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Online customer review</i>	17
2.1.2.4 Dimensi <i>Online customer review</i>	18
2.1.3 Keputusan Pembelian	19
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.3.2 Indikator Keputusan Pembelian	20

2.1.3.3	Dimensi keputusan pembelian	21
2.1.4	Minat Beli	21
2.1.4.1	Pengertian Minat Beli	21
2.1.4.2	Indikator Minat Beli.....	23
2.1.4.3	Tahapan-Tahapan Minat Beli.....	23
2.2	Telaah Empiris	24
2.3	Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.4	Kerangka Pemikiran.....	31
2.5	Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Tahapan Penelitian.....	34
3.2.1	Tahapan Perencanaan.....	34
3.2.2	Tahapan Pelaksanaan	35
3.2.3	Tahapan Analisis Data	35
3.2.4	Tahapan Penulisan	35
3.3	Model Konseptual	36
3.4	Variabel dan Operasional Variabel Penelitian	37
3.4.1	Variabel Penelitian.....	37
3.4.2	Operasional Variabel.....	38
3.5	Objek dan Waktu Penelitian	41
3.6	Populasi dan Sampel	41
3.7	Metode Pengumpulan Data	43
3.7.1	Jenis Data	43
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.8	Metode Analisis Data.....	45
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
3.8.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum.....	50
4.1.1	Sejarah Singkat Warung Makan Warpopski	50
4.1.2	Lokasi Perusahaan.....	51
4.2	Deskripsi Data.....	51
4.2.1	Logo Warung Makan Warpopski.....	52
4.2.2	Identitas Responden	52

4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Skema Model Partial Least Square	54
4.3.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
4.3.3 Pengujian Hipotesis.....	67
4.4 Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan berapa kali membeli Produk.....	53
Tabel 4.4 Hasil Outer Model (<i>Loading Factor</i>).....	55
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap 2.....	57
Tabel 4.6 Hasil <i>Average Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4.7 Hasil <i>Cross Loading</i>	59
Tabel 4.8 Hasil <i>Composite Reliability & Cronbach Alpha</i>	60
Tabel 4.9 Hasil <i>R-Square</i>	62
Tabel 4.10 Hasil <i>Q-Square Predictive Relevance</i>	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis.....	65
Tabel 4.12 Hasil Mediasi (<i>Specific Indirect Effects</i>).....	66
Tabel 4.13 Rekap Pembahasan Pengaruh Langsung.....	82
Tabel 4.14 Rekap Pembahasan Pengaruh Tidak Langsung.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet 2022	2
Gambar 1.2 Twitter Warpopski (2023)	2
Gambar 1.3 Twitter Warpopski (2023)	5
Gambar 1.4 Twitter Warpopski (2023).....	5
Gambar 1.5 Data Omset Warpopski (2020).....	7
Gambar 1.6 Faktor yang mempengaruhi.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo Warpopski.....	52
Gambar 4.2 Outer Model.....	55
Gambar 4.3 Inner Model.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Hasil Pengelolaan Data SmartPLS Versi 4.0
- Lampiran 4 : Uji Plagiarisme
- Lampiran 5 : Uji Referensi
- Lampiran 6 : Buku Bimbingan
- Lampiran 7 : Riwayat Hidup Penulis

