

**PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW, KUALITAS
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI MARKETPLACE
SHOPEE**

(Studi kasus pada konsumen sepatu ventela di Bekasi)

SKRIPSI

Oleh:

Yayah Fauziah

201810325320



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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Marketplce Shopee (studi kasus pada konsumen sepatu ventela di Bekasi)

Nama Mahasiswa : Yayah Fauziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325320

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tahun Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022



A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo'.

Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM

NIDN 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk
dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Sepatu Ventela di Marketplace Shopee (studi kasus
pada konsumen sepatu ventela di Bekasi)

Nama Mahasiswa : Yayah Fauziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325320

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN 0012016601

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN 0309048102

Penguji II : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo ST., MM

NIDN 0329017202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skrpsi yang berjudul

Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Marketplace Shopee (studi kasus pada konsumen sepatu ventela di Bekasi) 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 di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipijamkan dan di gunakan 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, 24 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Yayah Fauziah

201810325320

ABSTRACT

This study aims to measure the Influence of Online Consumer Reviews, Product Quality and Price Perception on The Purchase Decision of Ventela Shoes on Shopee Marketplace (case study on ventela consumers in Bekasi). This research is a quantitative study where the object used is the community or consumers who have used ventela shoes in the Bekasi area. This study was conducted with the Accidental sampling sample technique. The number of samples used in this study was 210 respondents. The data analysis technique in this study used Partial Least Square (PLS) and Hypothesis Test. Data processing in this study used the SmartPLS 3.0 software program.

Based on the results of this study, it is explained that: 1) Online Consumer Review has a positive and significant effect on purchasing decisions; 2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions; 3) Price perception has no effect and is not significant about purchasing decisions.

This research has limited research objects that are only carried out on the millennial generation, especially in the Bekasi area.

Keywords: Online Consumer Reviews, Product Quality and Price Perception

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul “PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI MARKETPLACE SHOPEE” (studi kasus pada konsumen sepatu ventela di Bekasi) dapat diselesaikan oleh penulis, Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungam, bimbingan, bantuan, serta do’a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, S.E., M.S.Ak Selaku Kepala dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.pd., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta.
4. Bapak Agus Dharmanto, SE., MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama setiap semester
5. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Kedua orang tua penulis, ayahanda Fahrul Rozi, ibunda Susanti dan adik saya M. Farhan dan Fizi Rayyan serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan motivasi serta segala bantuan baik moril maupun materi.
8. Sekar Rizky Ramadhanty dan Yehudha Rianto selaku sahabat saya sejak semester awal hingga saat ini yang selalu memberikan dukungan serta doa penulisan tugas akhir ini.
9. Shela Puspitasari, Elsa Amalia, Monika Savira, Lela Nurlaela, Nadya Azzahra, Yuniar Putri Pratiwi dan Sefaca Ezer, Aditya Bayu, M Rafli Syah selaku teman perjuangan yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.

10. Semua pihak yang membantu penulis dalam memberikan bantuan, dukungan, motivasi, dan doa bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
11. Kepada responden saya terimakasih sudah membantu saya untuk mengisi kuesioner demi kepentingan penulisan saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 24 Juni 2022

Penulis

Yayah Fauziah



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Marketing Communication.....	11
2.3 Consumer Review	13
2.3.1 Pengertian Online Consumer Review	13
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Online Consumer Review	13
2.3.3 Indikator Online Consumer Review	14

2.3.4 Dimensi Online Consumer Review	14
2.4 Kualitas Produk	15
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16
2.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	19
2.4.4 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.5 Persepsi Harga.....	20
2.5.1 Pengertian Persepsi Harga	20
2.5.2 Indikator Persepsi harga.....	21
2.5.3 Dimensi Persepsi Harga.....	21
2.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	22
2.6 Keputusan Pembelian	23
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.6.4 Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan untuk Membeli....	26
2.6.5 Dimensi Keputusan Pembelian.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Pengaruh Antar Variabel	32
2.9 Kerangka Pemikiran	33
2.10 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tahapan Penelitian	36
3.3 Model Konseptual	37
3.4 Definisi Operasional Variabel	38
3.4.1 <i>Independent Variable</i> (Variabel Bebas)	38
3.4.2 <i>Dependent Variable</i> (Variabel Terikat)	39
3.5 Tempat dan waktu penelitian.....	44
3.5.1 Tempat Penelitian	44
3.5.2 Waktu Penelitian.....	44

3.6 Metode Pengambilan Sampel	44
3.6.1 Populasi.....	44
3.6.2 Sampel	44
3.7 Teknik Pengumpulan data	46
3.7.1 Dokumentasi	46
3.7.2 Kuesioner	46
3.8 Sumber Data Dan Jenis Data	47
3.8.1 Sumber Data	47
3.8.2 Jenis Data.....	48
3.9 Metode Analisis Data	48
3.9.1 Teknik Analisis Data	48
3.9.2 Evaluasi <i>outer model</i> (model pengukuran).....	50
3.9.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	50
BAB IV	52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Profil Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Analisis.....	53
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	53
4.3 Hasil Analisis Data	56
4.3.1 Skema Model Partial Least Square	56
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	62
4.4 Pembahasan	67
BAB V.....	70
KESIMPULAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Manajerial.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Merek Sepatu Lokal Terbaik di Indonesia Tahun 2019-2020	3
Tabel 2 Tahun 2021 5 Brand Sepatu Lokal Terbaik	3
Tabel 3 Review Negatif Konsumen Sepatu Ventela di Shopee	5
Tabel 4 Jurnal Penelitian Terdahulu	28
Tabel 5 Operasional Variabel.....	39
Tabel 6 Penilaian Skala Likert	47
Tabel 7 Hasil Penyebaran dan Hasil Kuesioner	53
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	55
Tabel 11 Hasil Outer Model (Loading Factor)	58
Tabel 12 Hasil Outer Loading Tahap 2.....	59
Tabel 13 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 14 Hasil Cross Loading.....	61
Tabel 15 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	62
Tabel 16 Hasil R-Square	64
Tabel 17 Hasil Q square Predictive Relevance	64
Tabel 18 Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Review kualitas Bagus	4
Gambar 2 Review Kualitas Tidak Bagus	5
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4 Model Konseptual	37
Gambar 5 Logo Ventela	52
Gambar 6 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 7 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 8 Diagram Responden Berdasarkan Profesi.....	56
Gambar 9 Outer Model	57
Gambar 10 Inner Model.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Uji Plagiarisme	77
Uji Referensi	78
Kuesioner Peneleitian	82
Data Responden.....	88
Hasil Uji SmartPLS 3.0.....	122
Buku Bimbingan	129
Daftar Riwayat Hidup	131

