

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *INFLUENCER MARKETING* DAN KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE SHOPEE* PADA MASYARAKAT DI KOTA TANJUNGPINANG**

**DESMIRA  
NIM.180461201089**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Desmira  
Nim : 180461201089  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Influencer Marketing*  
dan Kualitas *Website* Terhadap Keputusan Pembelian  
*Marketlace* Shopee di Kota Tanjungpinang

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, Juni 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012



Kiki Wulandari, S.E., M.M  
NIP. 199201212019032018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si  
NIP. 198508222019031012

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Desmira  
Nim : 180461201089  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Influencer Marketing* dan Kualitas *Website* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee Pada Masyarakat Di Kota Tanjungpinang.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II




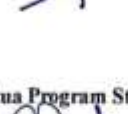



Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012



Kiki Wulandari, SE., MM  
NIP. 199201212019032018

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Dodi Dermawan, SE., M.Ec</u> NIP. 198012302014041001	Ketua Penguji		9/7/2022
<u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Penguji I		17/7/22
<u>Hj. Iranita, SE., M.Si</u> NIDN. 1027087003	Penguji II		19/7/2022
<u>Kiki Wulandari, SE., MM</u> NIP. 199201212019032018	Penguji III		19/7/22
<u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIDN. 0012018402	Penguji IV		18/7/22

Tanggal Lulus : 04 Juli 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Dr. Hj Asmaul Husna, SE., Ak., MM, CA  
NIDN. 1001077101



Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Desmira  
NIM : 180461201089  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Influencer Marketing*,  
Kualitas *Website* Terhadap Keputusan Pembelian  
*Marketplace* Shopee Pada Masyarakat di Kota Tanjungpinang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan-untuk mendapatkan gelar akademik sarjana. Baik dari Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 04 Juli 2022

pernyataan,  
  
Desmira

NIM. 180461201089

## ABSTRACT

Desmira, 2022 : *The Effect of Online Customer Reviews, Influencer Marketing, and Website Quality on Shopee Marketplace Purchase Decisions for people in Tanjungpinang City.*

*Promoter Team : Abdul Jalal, S.E., M.Si and Kiki Wulandari, S.E., M.M.*

*This study aims to explain online customer reviews, influencer marketing, and website quality on purchasing decisions. The population in this study is 100 respondents who use the Shopee marketplace in Tanjungpinang City. Sampling with the slovin technique, the number of samples as many as 100 people. This type of research is quantitative research. In the questionnaire, validity and reliability tests were carried out. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, including  $t$  test,  $F$  test and coefficient of determination. The results showed that partially the Online Customer Review ( $X_1$ ), Influencer Marketing ( $X_2$ ), and Website Quality ( $X_3$ ) variables had a significant effect on Purchase Decisions ( $Y$ ). The results of the  $F$  test obtained that  $F_{count}$  170.752 with a value of  $F_{table}$  2.70 identifies that the Online Customer Review, Influencer Marketing, and Website Quality variables simultaneously have a significant effect on the Purchase Decision variable ( $Y$ ). Based on the coefficient of determination test, about 83.7 Purchasing Decision variables of Employee Performance are influenced by the Online Customer Review, Influencer Marketing, and Website Quality variables. The remaining 16.3% is influenced by other factors not described in this study.*

**Keywords :** *Online Customer Review, Influencer Marketing, Website Quality and Purchase Decision*

## ABSTRAK

Desmira, 2022 : Pengaruh *Online Customer Review*, *Influencer Marketing*, dan Kualitas *Website* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee Pada Masyarakat di Kota Tanjungpinang. Tim Promotor: Abdul Jalal, S.E., M.Si dan Kiki Wulandari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan *Online customer review*, *Influencer Marketing*, dan Kualitas *Website* Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi didalam penelitian adalah 100 responden yang menggunakan *marketplace* Shopee di Kota Tanjungpinang. Pengambilan sampel dengan teknik slovin, maka jumlah sampel sebanyak 100 masyarakat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan test validitas dan realibilitas. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Online Customer Review* (X1), *Influencer Marketing* (X2), dan Kualitas *Website* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  170,752 dengan nilai  $F_{tabel}$  2.70 mengidentifikasi bahwa variabel *Online Customer Review*, *Influencer Marketing*, dan Kualitas *Website* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan Uji koefisien determinasi, sekitar 83,7 variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel *Online Customer Review*, *Influencer Marketing*, dan Kualitas *Website*. Sisanya 16,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Online Customer Review*, *Influencer Marketing*, Kualitas *Website* dan Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan kurnia-Nya yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran kepada Penulis dalam menyusun Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Online Customer Review, Influencer Marketing* dan *Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee Pada Masyarakat di Kota Tanjungpinang*”**. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.

Selama proses pelaksanaan dan penyusunan Skripsi, penulis mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Kedua Orang Tua Penulis yaitu Bapak Rahmi Kamil dan Ibu Sukatmi, yang telah memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun materil. Serta kepada kakakku Mia Agustina sekaligus adikku Sumarrahmiwati.
- 2) Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- 3) Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, SE, Ak., MM.CA, selaku Dekan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- 4) Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji sekaligus Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan motivasi dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

- 5) Ibu Kiki Wulandari, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.
- 6) Bapak H.Muhammad Idris, DM., MM., M.Si selaku Pembimbing Akademik dalam membimbing penulis menyelesaikan studi.
- 7) Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Khususnya Jurusan Manajemen Yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya. Dan tidak lupa juga Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji dalam menyelesaikan urusan administrasi.
- 8) Teman-teman seperjuangan penulis yang luar biasa yaitu Pipi, Maria yang selalu menjadi tempat bercerita, bermain, bertukaran pikiran.
- 9) Teman-teman sepermainan dan tersayang, yaitu Lani, Meli, Siska, Rana yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- 10) Kakak-kakak penulis satu kos yaitu Halida yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 11) Teman-teman Angkatan 2018 khususnya Manajemen 2018 dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas kebersamaan selama ini.

Penulis sadar bahwa dalam penelitian tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik penulisan maupun penyusunannya, oleh karena itu, besar harapan penulis agar penelitian-penelitian selanjutnya lebih sempurna dalam melakukan penelitian yang serupa dalam penulisan maupun penyusunannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk



penyusunan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tanjungpinang, 04 Juli 2022

Desmira



## DAFTAR ISI

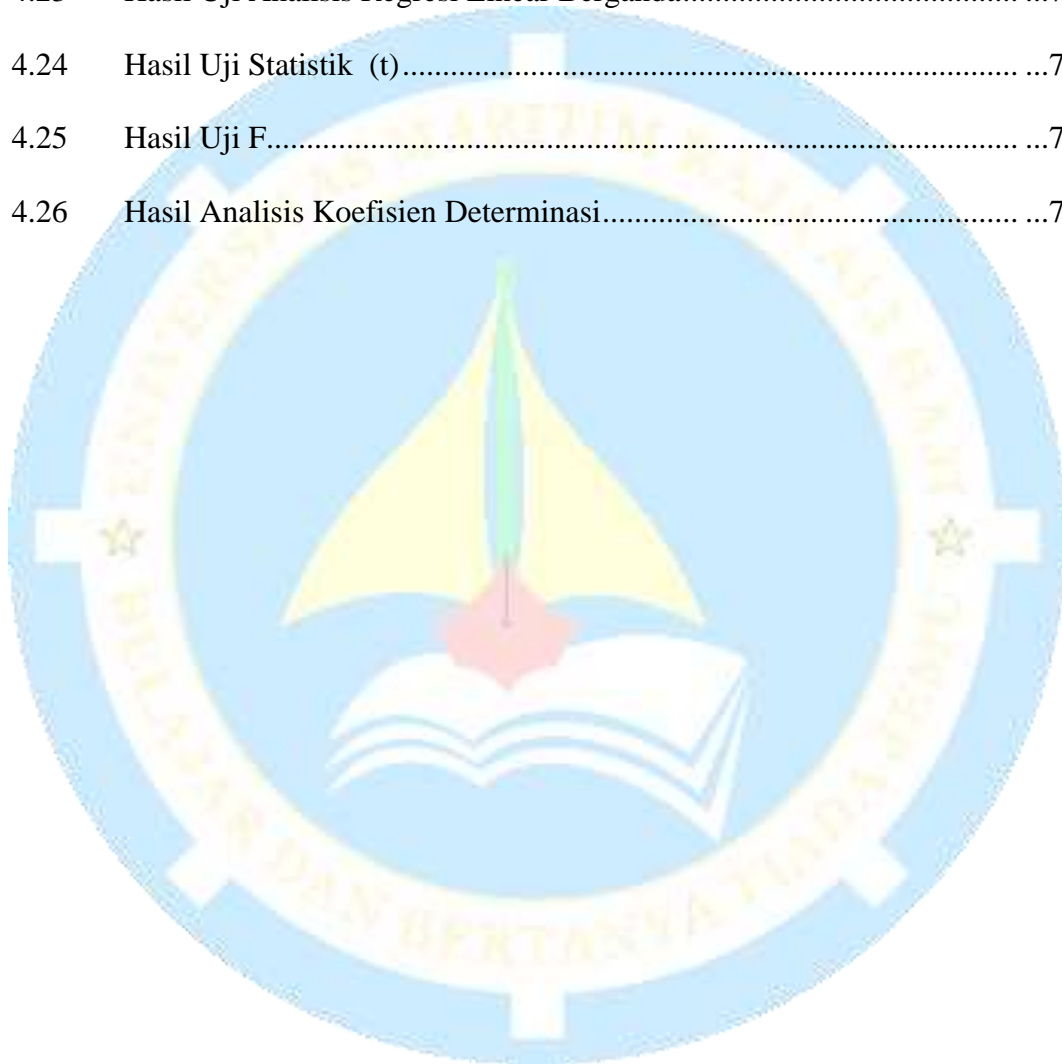
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Pembatasan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26

2.4. Pengembangan Hipotesis.....	28
2.5. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.4. Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	37
3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	38
3.6. Metode Analisis.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1. Deskripsi Unit Analisis/Observasi.....	47
4.2. Distribusi Responden.....	47
4.3 Demografi Umum Responden.....	49
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	54
4.5. Hasil Penelitian.....	60
4.6. Pembahasan Hipotesis.....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Uraian</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Review Penelitian Terdahulu.....	24
3.1	Operasional Variabel Penelitian .....	35
3.2	Skala Ordinal/Likert .....	41
4.1	Distribusi Responden.....	49
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	51
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	52
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Produk... ..	53
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan Shope53	
4.7	Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	55
4.8	Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1)..	56
4.9	Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X2).....	57
4.10	Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Kualitas Website</i> (X3).....	59
4.11	Hasil uji Statistik Deskriptif .....	61
4.12	Hasil Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	62
4.13	Hasil Validitas Variabel <i>Influencer Marketing</i> .....	62
4.14	Hasil Validitas Variabel <i>Kualitas Website</i> .....	63
4.15	Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
4.16	Hasil Reliabilitas <i>Online Customer Review</i> .....	64
4.17	Hasil Reliabilitas <i>Influencer Marketing</i> .....	65
4.18	Hasil Reliabilitas <i>Kualitas Website</i> .....	65

4.19	Hasil Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	66
4.20	Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	68
4.21	Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
4.22	Hasil Uji Glejser .....	70
4.23	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4.24	Hasil Uji Statistik (t).....	73
4.25	Hasil Uji F.....	76
4.26	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Uraian	Halaman
1.1	Jumlah Pengguna <i>Marketplace</i> Indonesia.....	2
1.2	<i>Online Customer Review</i> .....	4
1.3	Pangsa Pasar Belanja <i>Online</i> di Generasi Z.....	7
2.1	Kerangka Pemikiran.....	27
4.1	Logo Shopee.....	48
4.2	Hasil Pie Chart Jenis Kelamin .....	50
4.3	Hasil Pie Chart Umur .....	51
4.4	Hasil Pie Chart Status.....	52
4.5	Hasil Pie Chart Pengetahuan Tentang Produk.....	53
4.6	Hasil Pie Chart Berapa Kali Menggunakan Shopee.....	54
4.7	Hasil Grafik Histogram.....	67
4.8	Hasil Grafik P-Plot.....	68
4.9	Hasil Grafik <i>Scatterplot</i> .....	70
4.10	Hasil Uji Hipotesis.....	78