

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA SEMARANG

TUGAS TALENTA UNGGUL

**Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Oleh:

**KELVIN EDO SADEWA
212020065**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2024**



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS TALENTA UNGGUL

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama Kelvin Edo Sadewa
NIM 212020065
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Talenta Unggul.

Judul Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tiktok Shop Di
Kota Semarang.
Pembimbing Dr Linda Kusuma, S.E., M.M.
Tanggal diuji 22 November 2024

adalah benar-benar karya saya.

Di dalam kertas ini tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Salatiga, 1 November 2024

Yang Memberi Pernyataan



Kelvin Edo Sadewa

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP DI KOTA SEMARANG

Oleh:

**KELVIN EDO SADEWA
212020065**

TUGAS TALENTA UNGGUL

**Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Disetujui untuk diuji oleh:



**Dr. Linda Kusuma, S.E., M.M.
Pembimbing**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Kertas Kerja : Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*
dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna
Tiktok Shop Di Kota Semarang

Nama Mahasiswa : Kelvin Edo Sadewa

NIM : 212020065

Program Studi : S1 Manajemen

Repository Insitusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu

Menyetujui



Dr. Linda Kusuma, S.E., M.M.

Pembimbing

Mengesahkan



Immanuel Madea Sakti, S.E., M.Sc

Kepala Program Studi S1 Manajemen

Dinyatakan Lulus Ujian Pada Tanggal 22 November 2024

HALAMAN MOTTO

“Semua orang pernah merasakan kegagalan, namun kegagalan itulah yang membuat kita meraih keberhasilan. Jangan pernah melihat keberhasilan orang dari satu sisi saja, tapi lihatlah proses apa yang telah dia lewati karena proses itulah yang menggambarkan keberhasilan seseorang. Keberhasilan tidak ada yang instan, karena semua keberhasilan itu mahal, lama dan penuh perjuangan.”

#Tidak Ada Noda, Tidak Belajar



ABSTRACT

This research aims to determine: (1) the effect of online customer reviews on purchase decisions among TikTok Shop users in Semarang City, (2) the effect of online customer ratings on purchase decisions among TikTok Shop users in Semarang City, (3) the effect of price on purchase decisions among TikTok Shop users in Semarang City, and (4) the simultaneous effect of online customer reviews, online customer ratings, and price on purchase decisions among TikTok Shop users in Semarang City. The population in this study consists of TikTok Shop users from Semarang City. The sample for this research comprises 100 respondents. Using purposive sampling, data collection was conducted through questionnaires distributed to TikTok Shop users. The hypothesis testing used in this study is multiple linear regression utilizing SPSS version 26. The results indicate that online customer reviews do not have a partial effect on purchase decisions, online customer ratings do not have a partial effect on purchase decisions, price has a partial effect on purchase decisions, and online customer reviews, online customer ratings, and price have a simultaneous effect on purchase decisions.

Keywords: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Price, and Purchase Decisions.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada pengguna TikTok Shop di Kota Semarang, (2) Pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada pengguna TikTok Shop di Kota Semarang, (3) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna TikTok Shop di Kota Semarang dan (4) Pengaruh simultan *online customer review*, *online customer rating* dan harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna TikTok Shop di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok Shop dari Kota Semarang. Sampel penelitian dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dengan teknik purposive sampling, metode pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebar kepada pengguna TikTok Shop. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan spss versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, *online customer rating* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, *online customer review*, *online customer rating* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Harga dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan tugas akhir dengan judul “*Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna TikTok Shop di Kota Semarang*”. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Besar harapan penulis atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian-penelitian selanjutnya.

Ambarawa, 22 Oktober 2024



Kelvin Edo Sadewa

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, karena telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan semua hal yang dibutuhkan oleh penulis.
2. Kedua orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik berupa materil dan spiritual kepada penulis.
3. Ibu Dr. Linda Kusuma, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dengan ilmu, arahan, dan waktu, serta membimbing penulis sejak awal penyusunan tugas akhir ini hingga selesai dengan baik.
4. Bapak Imanuel Madea Sakti, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
5. Bapak Petrus Wijayanto, S.E., M.M. selaku wali studi selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh staff dan karyawan Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan berlangsung.
8. Teman-teman dari penulis yang telah memberikan semangat, bantuan dan pengalamannya kepada penulis

Ambarawa, 22 Oktober 2024



Kelvin Edo Sadewa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
PENDAHULUAN.....	1
KAJIAN LITERATUR.....	9
Keputusan Pembelian	9
<i>Online Customer Review</i>	10
<i>Online Customer Rating</i>	12
Harga	13
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	14
Hubungan <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	15
Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	16
Hubungan <i>Online Customer Review</i> , <i>Online Customer Rating</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	16
Model Penelitian.....	18

METODE PENELITIAN.....	18
Jenis Penelitian	18
Populasi dan Sampel.....	19
Definisi Operasional Variabel.....	21
Teknik Analisis Data.....	24
Uji Validitas	25
Uji Reliabilitas	25
Uji Asumsi Klasik.....	25
Uji Regresi Linear Berganda	26
Uji Hipotesis	27
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
Hasil Uji Data.....	28
Uji Validitas	30
Uji Reliabilitas.....	31
Uji Asumsi Klasik.....	32
Uji Normalitas.....	32
Uji Multikolinearitas.....	33
Uji Heteroskedastisitas	34
Uji Regresi Linear Berganda.....	35
Uji Hipotesis.....	36
Uji T (Parsial)	37
Uji F (Simultan).....	38
Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
Pembahasan	39
Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	39

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	40
Pengaruh <i>Online Customer Review</i> , <i>Online Customer Rating</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
Kesimpulan.....	42
Implikasi Teoritis.....	43
Implikasi Manajerial.....	43
Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 2. Profil Responden	29
Tabel 3. Uji Validitas	30
Tabel 4. Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 5. Uji Normalitas	33
Tabel 6. Uji Multikolinearitas	34
Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas	34
Tabel 8. Uji Regresi Linear Berganda.....	35
Tabel 9. Hasil Uji T	37
Table 10. Hasil Uji F	38
Table 11. Koefisien Determinasi	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Kepemilikan Handphone Berdasarkan Provinsi.....	1
Gambar 2 Data Negara Yang Masyarakatnya Membutuhkan Internet	2
Gambar 3 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	3
Gambar 4 Data Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 5 Model Penelitian	18

