

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MASYARAKAT KOTA KUPANG

STEFIAN ADIPUTRA NDATE

20410104

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi

Guna Memenuhi Sebagian Dari Persyaratan- Persyaratan

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA

KUPANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MASYARAKAT KOTA KUPANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

STEFIAN A. NDATE

20410104



Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Damaris Y. Koli, SE., MP
NIDN: 0814076202

Pembimbing II

Eka Imelda Seseli, SE., MM
NIDN: 0817089101

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MASYARAKAT KOTA KUPANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

STEFIAN A. NDATE

20410104



Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Pada tanggal: 29 Juni, 2024

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Alya Elita Sjoen, SE., MM	
Penguji Anggota	Melvin K. Djami Rane	
Penguji Anggota	Dr. Damaris Y. Koli, SE., MP	
Penguji Anggota	Eka Imelda Seseli, SE., MM	

**SKRIPSI INI TELAH DITERIMA SEBAGAI SALAH SATU
PERSYARATAN UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



Dekan Fakultas Ekonomi

Hermyn B. Hina, SE., M.Si

NIDN: 0825056801

Ketua Program Studi Manajemen

Alya Elita Sjoen, SE., MM

NIDN: 0831018301



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Oesapa – Kupang

SURAT PERNYATAAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stefian A. Ndate
NIM : 20410104
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Masyarakat Kota Kupang.” yang diusulkan dalam skema penelitian Skripsi untuk tahun akademik 2023/2024 bersifat original dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain/peneliti sebelumnya.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.


Kupang, 13 Juni 2024

Mengetahui
Dekan,



Hermyn B. Mina, SE., M.Si
NIDN. 0825056801

Yang Menyatakan
ahasiswa



Stefian A. Ndate
NIM. 20410104



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI

Jln. Adisucipto, Telp (0380) 881313 Oesapa – Kupang

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat, Tanggal 29 Juni 2024 telah dilaksanakan Ujian Skripsi Tingkat Sarjana (S1) atas nama:

Nama : Stefian A. Ndate
TTL : Ende, 30 September 1996
NIM : 20410104
Jurusan/ ProgdI : Manajemen
Judul : Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembeian Di Shopee Pada Masyarakat Kota Kupang
Pembimbing I : Dr. Damaris Y. Koli, SE., MP
Pembimbing II : Eka M. I. Seseli, SE., MM

Dengan hasil sebagai berikut:

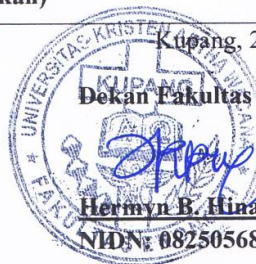
Nama Penguji	Status Penguji	Nilai Awal	Bobot	Nilai Akhir
Alya Elita Sjoen, Se., MM	Utama	80	X 40%	32
Melvin K. Djami Rane, SE., MM	Anggota	80	X 20%	16
Dr. Damaris Y. Koli, SE., MP	Anggota	85	X 20%	17
Eka M.I. Seseli, SE., MM	Anggota	80	X 20%	16
Total Nilai yang diperoleh: 81				
Nilai Aksara: A (Sangat Memuaskan)				

Kupang, 29 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi - UKAW


Hermyn B. Hina, SE., M.Si

NIDN: 0825056801



MOTTO

“Agape”

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur bagi Tuhan yang Maha Esa atas kebaikan dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus dan yang selalu menolong dan menuntun saya dalam setiap proses selama mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua Orang Tua tercinta Bapak Yakobus Wawo dan Mama Karolina Oliva Tince tercinta yang selalu menyertai penulis dengan doa, semangat, kasih sayang dan kerja keras untuk mendukung perjalanan pendidikan penulis.
3. Kedua Orang Tua wali yang berada di Kupang, Bapak Yosef Biru dan Mama Bernadeta kari yang selalu membantu penulis dengan doa, kasih sayang dan dukungan dalam perjalanan pendidikan penulis.
4. Ibu Eka Imelda Seseli, SE., MM selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan pada penulis selama dibangku pendidikan.
5. Ibu Dr. Damaris Y. Koli, SE., MP selaku pembimbing I, yang berkenan meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini
6. Ibu Eka Imelda Seseli, SE, MM selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

7. Almamater yang saya banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang tercinta.
8. Saudara dan saudari tercinta, Karla Wawo, Putra Biru, Anjel Pada, Karolin Pada dan Ismiralda Forima yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menulis skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan Satu Kaki, Frederikus Haki, Remigius Klau, Angkryanto Anin, Theodorus Klau, Fian Ludji, Julio Loking, Yosua Moy, Jeri Boimau, Ardianus Buma, Risal Balo, dan Jansen Bily, yang selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing, kiranya budi baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan berkat oleh Tuhan Yang Maha Esa.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas penyertaan dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masyarakat Kota Kupang.

Terselesainya skripsi ini tentu saja tidak lepas dari peran dan bantuan banyak pihak yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, masukan maupun saran. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini pula penulis tidak lupa menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang tulus kepada:

1. Prof.Dr. Ir. Godlif Frederik Neonufa, MT., Selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang selaku pimpinan tertinggi di Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Ibu Hermyn B. Hina, SE.,MSi selaku dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Dr. Damaris Y. koli, SE, MP selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
4. Ibu Alya E. Sjoen,SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Eka Imelda Seseli, SE., MM selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Ibu Dr. Damaris Y. koli, SE, MP selaku pembimbing I yang dengan kerelaan dengan ketulusan membimbing penulis.
7. Ibu Eka Imelda Seseli, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan kerelaan dan ketulusan membimbing penulis.

8. Ibu Alya E. Sjoen, SE., MM selaku penguji utama dan Ibu Melvin K. Djami Rane, SE., MM selaku penguji anggota.
9. Seluruh Staf Dosen Fe-UKAW Kupang yang telah mengajar dan mendidik penulis selama dibangku pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis membuka diri terhadap segala kritik dan saran yang membangun. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih teriring salam dan doa yang tulus.

Kupang, 4 Mei 2024

Penulis

Stefian Adiputra Ndate

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	9
1.3 Persoalan Penelitian	10
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Tujuan Penelitian	10
1.4.2 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pengertian Teoritis	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Online Customer Review	16
2.1.2.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	16

2.1.2.2 Dimensi Online Customer Review	17
2.1.2.3 Indikator <i>Online Customer Reviews</i>	17
2.1.3 <i>Online Customer Rating</i>	18
2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	18
2.1.3.2 Dimensi Online Customer rating	19
2.1.3.3 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	20
2.1.4 Sistem Pembayaran	21
2.1.4.1 Pengertian Sistem Pembayaran	21
2.1.4.2 Indikator Sistem Pembayaran	22
2.2 Konsep Penelitian	22
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran dan Hipotesis	24
2.3.1 Kerangka Dasar Pemikiran	24
2.3.2 Hipotesis	25
2.3.2.1 Hipotesis Kerja	25
2.3.2.2 Hipotesis Statistik	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Populasi dan Sampel	27
3.2 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3 Konsep Indikator Empirik dan Skala Pengukuran Konsep	28
3.4 Tehknik Analisi Data	28
3.4.1 Analisis Pendahuluan	28
3.4.2 Analisis Lanjutan	30
3.4.2.1 Uji Regresi Linear Berganda	30
3.4.2.2 Uji Hipotesis	31
3.4.2.2.1 Uji Parsial (Uji t)	31
3.4.2.3 Koefisien Determinasi	32
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN HASIL ANALISIS	33
4.1 Gambaran Objek	33
4.1.1 Sejarah Shopee	33
4.1.2 Visi dan Misi Shopee	35
4.1.3 Proses Transaksi di <i>Marketplace</i> Shopee	35
4.1.4 Karakteristik Responden	38

4.1.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.1.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	41
4.2	Analisis Pendahuluan	42
4.2.1	<i>Online Customer Review</i>	43
4.2.2	<i>Online Customer Rating</i>	46
4.2.3	Sistem Pembayaran	46
4.2.4	Keputusan Pembelian.....	47
4.3	Analisis Lanjutan	49
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	50
4.3.3	Uji Simultan (Uji F)	53
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.4	Bahasan Hasil Analisis	54
4.4.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	55
4.4.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	60
4.4.3	Pengaruh Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V PENUTUP		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Implikasi Teoritis	71
5.3	Implikasi Terapan.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Nilai Pesanan di Shopee dari Kuartal 1 2021 hingga Kuartal 4 2022	3
Tabel 3.1 Indikator Empirik dan Skala Pengukuran Konsep.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	41
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1)	43
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X2)	45
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Sistem Pembayaran (X3)	46
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.9 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> dan <i>Rating</i> Produk Pada Shopee	5
Gambar 1.2 Persentase Usaha E- Commerce Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan, Tahun 2021	7
Gambar 2.1 Skema Pengembangan Kerangka Hipotesis	25
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Shopee	33

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner Penelitian	76
LAMPIRAN II Tabulasi Data	81
LAMPIRAN III Hasil Output SPSS	91

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, apakah ada pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, dan apakah ada pengaruh sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang dan untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah atau biasa berbelanja di Shopee. Kemudian karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang yang biasa atau pernah berbelanja di Shopee. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *googleform*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *online customer review* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 73,2 – 82,3. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 397,7 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel *online customer review* yaitu sebesar 79,5 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *online customer rating* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 80,7 – 82. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 162,7 dan nilai rata-rata indeks 81,35 berada

dalam kategori tinggi Sementara untuk nilai rata-rata indeks variabel sistem pembayaran (X3) yaitu dengan nilai indeks 82,8 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda $Y = 12,171 + 0,658 X_1 + 0,622 X_2 + 0,483 X_3$. Diketahui konstan regresi sebesar 12,171, koefisien regresi $b_1 = 0,658$, koefisien regresi $b_2 = 0,622$ dan koefisien regresi $b_3 = 0,483$. Nilai konstan sebesar 12,171 artinya jika nilai *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2) dan Sistem Pembayaran (X3) sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 12,171 satuan. Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,658 artinya jika nilai *online customer review* (X1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,658 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif *online customer review* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,622 artinya jika *online customer rating* (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,622 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif *online customer rating* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi (b_3) sebesar 0,483 artinya jika sistem pembayaran (X3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,483 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif sistem pembayaran (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Implikasi Terapan: Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut. Dengan diketahui bahwa variabel *online customer review* pada pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator variabel electronic word of mouth mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan di tingkatkan. Karena adanya fitur *online customer review* membuat konsumen lebih tertarik dan yakin melakukan keputusan pembelian pada shopee. Dengan diketahui bahwa variabel *online customer rating* pada pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator *online customer rating* mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan

agar meneliti lebih jauh lagi tentang indikator keputusan pembelian pada indikator jumlah pembelian, karena memiliki nilai indeks dalam kategori sedang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, secara parsial *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada masyarakat Kota Kupang, secara parsial system pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada masyarakat Kota Kupang dan secara simultan *online customer review*, *online customer rating* dan system pembayaran berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Sistem Pembayaran, Keputusan Pembelian.*