

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* PADA *MARKETPLACE*
DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

KARYA TULIS ILMIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH

ARIEQ RIFQI RAMADHANI

202163411170

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* PADA *MARKETPLACE*
DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

KARYA TULIS ILMIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH

ARIEQ RIFQI RAMADHANI

202163411170

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

TANDA PERSETUJUAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 20 Juli 2024

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B
NIK. 19940609 201509 1020

Dosen Pembimbing


Jumai Latte, S.AB, M.A.B., CIQnR
NIDN. 1109129101

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi



Dr. Rendu Arian, S.Sos, M.AP., CIQnR., CIQaR
NIK. 198910250 201807 1030

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR


PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Disusun Oleh:


Nama / Arieq Rifqi Ramadhani
NPM : 202163411170

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 22 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar ahli madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	: Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR.	
Merangkap		
Anggota		
Sekretaris	: Ary Yudianto, S.Sos., MM	
Merangkap		
Anggota		

Amuntai, 28 Juli 2024

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis

Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B
NIK. 19940609 201509 1020

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi

Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP., CIQnR., CIQaR
NIK. 198910250 201807 1030

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ARIEQ RIFQI RAMADHANI

NPM : 202163411170

Judul KTI : **Pengaruh *Online Customer Review* dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Marketplace* di
Kabupaten Hulu Sungai Utara**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah hasil karya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi manapun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, 28 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Arieq Rifqi Ramadhani

ABSTRACT

ARIEQ RIFQI RAMADHANI, NPM: 202163411170, Title “*THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND PRODUCT QUALITY ON ONLINE PURCHASE DECISIONS IN THE MARKETPLACE OF HULU SUNGAI UTARA REGENCY*” under the guidance of Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR.

This study aims to determine: (1) The influence of Online Customer Review on Online Purchase Decisions in the Hulu Sungai Utara marketplace, (2) The influence of Product Quality on Online Purchase Decisions in the Hulu Sungai Utara marketplace, and (3) The simultaneous influence of Online Customer Reviews and Product Quality on Online Purchase Decisions in the Hulu Sungai Utara marketplace. The methodology used is a quantitative approach. The population of this study is the residents of Hulu Sungai Utara who have made online purchase transactions. A sample of 100 respondents was taken using the simple random sampling technique. Data were collected using online questionnaires as the main method and documentation as a supplementary method. The data analysis used is inferential statistical analysis with the help of SPSS software.

The results showed that: (1) Online Customer Reviews have a positive and significant partial effect on Online Purchase Decisions with a beta coefficient of 0.125 and a significance of 0.046, (2) Product Quality has a positive and significant partial effect on Online Purchase Decisions with a beta coefficient of 0.817 and a significance of less than 0.001, and (3) Online Customer Reviews and Product Quality simultaneously have a significant effect on Online Purchase Decisions with an F value of 248.792 and a significance of less than 0.001.

Based on these findings, it is recommended that sellers improve product quality and utilize customer reviews as a promotional tool. Marketplace platforms are expected to enhance review and rating features and provide incentives to customers who leave reviews. Future researchers are advised to expand research variables and use diverse research methods.

Keywords: *Online Customer Review, Product Quality, Online Purchase Decision, Marketplace, Consumer Behavior*

ABSTRAK

ARIEQ RIFQI RAMADHANI, NPM: 202163411170, Judul “**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**” dibawah bimbingan Ibu Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *marketplace* Kabupaten Hulu Sungai Utara, (2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *marketplace* Kabupaten Hulu Sungai Utara, dan (3) Pengaruh simultan *Online Customer Review* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *marketplace* Kabupaten Hulu Sungai Utara. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Hulu Sungai Utara yang telah melakukan transaksi pembelian *online*. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner daring (*online*) sebagai metode pokok dan dokumentasi sebagai metode pelengkap. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik inferensial dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Online* dengan koefisien beta sebesar 0.125 dan signifikansi 0.046, (2) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Online* dengan koefisien beta sebesar 0.817 dan signifikansi kurang dari 0.001, dan (3) *Online Customer Review* dan Kualitas Produk secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online* dengan nilai F sebesar 248.792 dan signifikansi kurang dari 0.001.

Berdasarkan temuan ini, disarankan kepada penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan memanfaatkan ulasan pelanggan sebagai alat promosi. Platform *marketplace* diharapkan dapat meningkatkan fitur ulasan dan rating serta memberikan insentif kepada pelanggan yang memberikan ulasan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian dan menggunakan metode penelitian yang beragam.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian *Online*, *Marketplace*, Perilaku Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Marketplace* di Kabupaten Hulu Sungai Utara”**. Penulisan karya tulis ilmiah ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Ahli Madya Administrasi Bisnis (A.Md.A.B) pada program Diploma-3 Jurusan Administrasi Bisnis pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.

Penulis menyadari dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP., CIQnR., CIQaR., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah S.Sos, M.A.B., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Ibu Jumai Latte, S. AB, M.A.B., CIQnR., selaku dosen pembimbing karya tulis ilmiah.
4. Segenap Dosen Jurusan Administrasi Bisnis pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai
5. Orang tua, saudara-saudara kami, atas doa bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.

6. Keluarga besar Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai, khususnya teman-teman seperjuangan kami di Jurusan Administrasi Bisnis, atas semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya.

Penulis menyadari karya tulis ilmiah ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Amuntai, Juni 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
BERITA ACARA UJIAN MEMPERTAHANKAN KTI	iii
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah	8
1.2.1. <i>Online Customer Review</i>	9
1.2.2. Kualitas Produk	9
1.2.3. Keputusan Pembelian <i>Online</i>	10
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian dan Manfaat	11
1.4.1. Tujuan Penelitian	11
1.4.2. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.2. Tinjauan Teoritis	19

2.2.1. <i>Online Customer Review</i>	19
2.2.2. Kualitas Produk	24
2.2.3. Keputusan Pembelian <i>Online</i>	34
2.3. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Lokasi Penelitian	47
3.2. Pendekatan Penelitian	48
3.3. Tipe Penelitian	49
3.4. Populasi dan Sampel	50
3.4.1. Populasi	50
3.4.2. Sampel	51
3.5. Definisi Operasional Variabel	52
3.5.1. Variabel Indenden	52
3.5.2. Variabel Dependen	54
3.6. Instrument Penelitian	57
3.6.1. Bagian Biodata Responden	57
3.6.2. Bagian Isi Kuesioner	58
3.7. Teknik Pengumpulan Data	59
3.8. Uji Validitas dan Realibilitas,	60
3.8.1. Uji Validitas	60
3.8.2. Uji Reliabilitas	61
3.9. Teknik Analisis Data	62
3.9.1. Uji Asumsi Klasik	62
3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda	66

3.9.3. Pengujian Hipotesis	67
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Karakteristik Responden	71
4.1.1. Karakteristik Jenis Kelamin	72
4.1.2. Karakteristik Pendidikan	72
4.1.3. Karakteristik Pekerjaan	74
4.1.4. Karakteristik <i>Platform Online (Marketplace)</i>	76
4.1.5. Karakteristik Frekuensi Berbelanja <i>Online</i>	77
4.1.6. Karakteristik Rata-Rata Jumlah Belanja <i>Online</i>	79
4.1.7. Karakteristik Lama Pengalaman Belanja <i>Online</i>	80
4.2. Deskripsi Jawaban Responden	81
4.3. Analisis Data	84
4.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	84
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	89
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda	96
4.4. Uji Hipotesis	97
4.4.1. Uji Statistik t (<i>Parsial</i>)	97
4.4.1. Uji Statistik F	98
4.4.1. Koefisien Determinasi	99
4.5. Pembahasan	101
4.5.1. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	101
4.5.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	103

4.5.3. Pengaruh Bersama-Sama (<i>Simultan</i>) <i>Online Customer Review</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	108
5.2.1. Saran untuk Penjual di <i>Marketplace</i>	108
5.2.2. Saran untuk <i>Platform Marketplace</i>	109
5.2.3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya	110
5.2.4. Saran untuk Konsumen	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	115
Daftar Riwayat Hidup.....	
Tabel Hasil Pengujian Validitas.....	
Tabel Hasil Pengujian Reliabilitas.....	
Tabel Hasil Pengujian Normalitas.....	
Tabel Hasil Pengujian Autokorelasi.....	
Tabel Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	
Tabel Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	
Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	
Tabel Hasil Pengujian Statistik t.....	
Tabel Hasil Pengujian Statistik F.....	
Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	
Kuestioner Penelitian.....	

Link Kuestioner Penelitian.....

Gambar Halaman Utama Shopee.....

Gambar Halaman Utama Tokopedia.....

Gambar Halaman Utama Lazada.....

Gambar Halaman Utama Blibli.....

Gambar Halaman Utama Bukalapak.....

Gambar Page Seller TiktokShop.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Marketplace</i> Populer di Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	55
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	59
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Pendidikan Terakhir	72
Tabel 4.3 Pengujian Karakteristik Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Pengujian Karakteristik <i>Platform Online (Marketplace)</i>	76
Tabel 4.5 Pengujian Karakteristik Frekuensi Berbelanja <i>Online</i>	77
Tabel 4.6 Pengujian Karakteristik Rata-Rata Jumlah Belanja <i>Online</i>	79
Tabel 4.7 Pengujian Karakteristik Lama Pengalaman Belanja <i>Online</i>	80
Tabel 4.8 Hasil Diskripsi Jawaban Responden	81
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas	84
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	87
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas	90
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Autokorelasi	91
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolinearitas	93
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	94
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Statistik t	97
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Statistik F	99
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	100