

**PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**  
(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
Untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



**Isma Audia Prabawati**

**111901408**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERETUJUAN**

**PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP  
(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)**

Diajukan Oleh:

Isma Audia Prabawati

No. Mhs. 111901408

Yogyakarta, 29 Mei 2023

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M. Si

**LEMBAR PENGESAHAN****PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

(Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)

Skripsi ini sudah dipertahankan dan di sahkan di depan Dewan Penguji  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Yogyakarta  
pada tanggal: 18 Agustus 2023

Yang terdiri

Ketua



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

Anggota



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya Isma Audia Prabawati, dengan ini menyatakan bahwa karya tulis skripsi yang berjudul: “PENGARUH HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)” dan diajukan untuk dilakukan uji pada tanggal 4 Agustus 2023, merupakan hasil karya saya.

Saya Isma Audia Prabawati, menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya tulis skripsi ini tidak ditemukan secara keseluruhan dan atau sebagian hasil karya tulis orang lain yang saya ambil melalui menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya.

Jika saya berbuat hal yang seperti demikian, baik sengaja maupun tidak sengaja , dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang sudah saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan meniru atau menyalin tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Yang memberi pernyataan



10,000  
METERAI  
TEMPEL  
0D11FAKX547159766

Isma Audia Prabawati

Seksi I, sebagai ketua tim penguji skripsi:



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

Seksi II, sebagai dosen pemimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* *rabbi* *'alamin*, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini bisa selesai sampai akhir.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Diri sendiri, terimakasih sudah bertahan sejauh ini, banyak hal yang sudah dilalui dengan penuh suka duka. Terimakasih sudah mau bertahan dan berjuang sampai akhir.
2. Dua orang hebat dalam hidup, yang sudah membiayai dan mendukung penuh. Ibu tersayang Endang, dan Bapak tersayang Slamet Sugitianto, terimakasih telah membesarkan dan mendidik dengan baik, serta mendoakan dengan sebaik baik doa, pesan kalian selalu aku ingat “Ibu bapak cuma tamatan SMA tapi kamu tidak boleh berpendidikan sama seperti kami“, semoga setelah ini bisa menuntut ilmu lebih dalam lagi. Terimakasih untuk semuanya, maafkan anakmu yang masih banyak kurangnya ini.
3. Untuk kakakku tercinta, Inggal Kusuma Putri S.IP., terimakasih untuk doa, motivasi dan dukungannya selama ini.

## **MOTTO**

*Hasbunallah Wanikmal Wakil Nikmal Maula Wanikman Nasir* “ Aku sesuai prasangka baik hamba-Ku, maka hendaklah ia berprasangka kepada-Ku sebagaimana yang ia mau” (HR. Ahmad).

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop” ini dengan sangat baik. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si selaku dosen pembimbing.
2. Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
3. Teman – teman mahasiswa lain diluar kampus yang sudah membantu selama melakukan penelitian.
4. Ayah hebatku, Ibu hebatku, dan teman-teman penulis yang sudah mendukung penulisan laporan kuliah kerja lapangan ini.
5. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Besar harapan bahwa penulisan skripsi ini dapat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan pembacanya. Tidak bisa dipungkiri bahwa di dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan dan jauh dari apa yang di harapkan. Semoga hasil penulisan skripsi yang sederhana ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Isma Audia Prabawati', written in a cursive style.

Isma Audia Prabawati



## ABSTRAK

Salah satu yang bisa mempengaruhi terjadinya Keputusan Pembelian di jaman peralihan berbelanja lebih mudah melalui *e – commerce* ini adalah Harga, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating*. Ketiga faktor tersebut sangat erat kaitannya dengan proses keputusan pembelian di *e – commerce*. Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop, khususnya pada Mahasiswa di Yogyakarta. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penentuan banyaknya sample menggunakan rumus Hair et al dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dengan pengambilan data menggunakan penyebaran angket/kuesioner. Uji yang digunakan dalam penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji *goodness of fit*, uji regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa harga, *online customer review*, dan *online customer rating* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan skor koefisien determinasi sebesar 89,3 %.

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

## **ABSTRACT**

*One that can influence the occurrence of Purchasing Decisions in the era of easier shopping through e-commerce is Price, Online Customer Review, and Online Customer Rating. These three factors are closely related to the purchase decision process in e-commerce. The purpose of this study itself is to find out how the influence of Price, Online Customer Review, and Online Customer Rating on Purchasing Decisions at Tiktk Shop, especially for Students in Yogyakarta. Sampling in this study uses non-probability sampling with the purposive sampling method. Determination of the number of samples using the Hair et al formula with a sample number of 100 respondents, by taking data using questionnaires. The tests used in the study are validity tests, reliability tests, normality tests, heterkedasticity tests, multicollinearity tests, goodness of fit tests, multiple linear regression, t tests, and coefficients of determination. The results of this study stated that price, online customer review, and online customer rating had a significant positive effect on purchasing decisions, with a coefficient of determination score of 89.3%.*

**Keywords:** *Price, Online Customer Review, Online Customer Rating, and Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>D. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>E. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
<b>A. Keputusan Pembelian .....</b>	<b>10</b>
<b>B. Harga .....</b>	<b>11</b>
<b>C. <i>Online Customer Review</i> .....</b>	<b>13</b>

D. <i>Online Customer Rating</i> .....	15
E. Penelitian Terdahulu.....	16
F. Perumusan Hipotesis.....	20
G. Kerangka Pemikiran.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
A. Definisi Konsep.....	24
B. Definisi Operasional.....	25
C. Jenis Penelitian .....	26
D. Objek dan Subjek Penelitian.....	26
E. Populasi dan Sampel .....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Metode Analisis Data .....	28
<b>BAB IV GAMBARAN PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>33</b>
A. Gambaran Umum TikTok Shop.....	33
B. Gambaran Umum Responden.....	34
C. Pengukuran Data / Analisis Data.....	35
D. Pembahasan .....	46
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov .....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji f ( <i>Goodness Of Fit</i> ).....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji t .....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik peningkatan pengguna tiktok .....	3
Gambar 1.2 Contoh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	23
Gambar 4.1 TikTok Shop.....	33
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Responden dan Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	59
Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden .....	67
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Koefisien Determinasi.....	74
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	75