

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE
CUSTOMER RATING DAN FLASH SALE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE DENGAN
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara)

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

Nadya Cahya Aprilia

Nomor Pokok : K.2019.1.35055

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEÇWARA
MALANG
2023**

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE
CUSTOMER RATING DAN FLASH SALE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE DENGAN
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara)

Skripsi

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi*



Oleh :

Nadya Cahya Aprilia

K.2019.1.35055

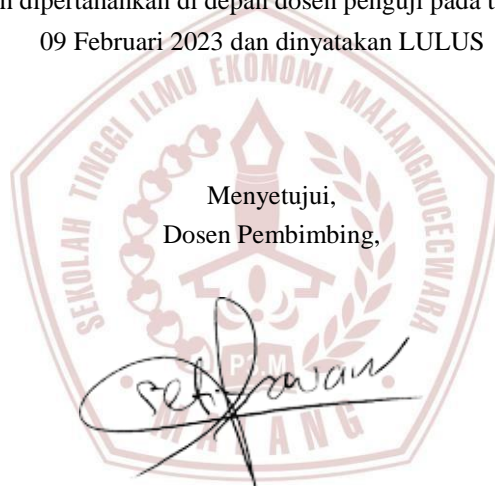
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING DAN
FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE DENGAN
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh:
NADYA CAHYA APRILIA
K.2019.1.35055

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
09 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,
Dosen Pembimbing,

Dr.SETIYAWAN, MS

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçeçwara,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bunyamin', is written over the text of the chairman's name.

Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 27 Januari 2023



Nadya Cahya Aprilia

NPK: K.2019.1.35055

Surat Keterangan Riset

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Setiyawan, MS
NIK : 202.710.084

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Nadya Cahya Aprilia
NPK : K.2019.1.35055
Program Studi : Manaiemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

Kota Malang

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Mahasiswa angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING DAN FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Januari 2023
Dosen pembimbing skripsi,



Dr. Setiyawan, MS
NIK. 202.710.084

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT karena dengan segala nikmat dan ridho-Nya, peneliti dapat menyelesaikan studi perkuliahan ini selama 3,5 tahun.
2. Kedua orang tua saya, Ayah Saruni Gincahyo dan Ibu Rina Mulyaningsih serta kakak saya Satria Cahya Febriansyah yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, perhatian, kasih sayang, serta jasa yang tak terhingga sehingga penulis berhasil mendapatkan gelar pendidikan sarjana.
3. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangucecwara Malang.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dra. Lindananty, MM.
5. Dr. Setiyawan, MS selaku dosen pembimbing yang sangat berjasa membantu dalam pengerjaan skripsi ini mulai dari memberikan waktu, saran, kritik, dan motivasi demi keberhasilan skripsi ini.
6. Dr. Siwi Dyah Ratnasari, SE,MM., CPTM,CAAC,CHRP selaku dosen wali yang selalu memberi solusi atas permasalahan atau kendala selama masa kuliah.
7. Dosen-dosen penguji yang sudah menilai dan menguji skripsi saya melalui sidang komprehensif dan memberikan penilaian yang obyektif.
8. Segenap dosen jurusan manajemen yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staff yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan dalam pengerjaan skripsi, Aida dan Tenesya yang telah berjuang bersama dan saling membantu satu sama lain sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dalam satu semester terakhir.
10. Rahma,Nisa dan Alfi yang telah menemani saya semasa perkuliahan dan mendorong saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini.

11. Diana, Stefani, Sholahudin, Kadek dan teman-teman Family lainnya yang juga secara tidak langsung membangun serta memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini melalui deeptalk kita
12. Cinta Septanium dan Safina yang telah meluangkan waktunya ketika saya overthinking akan skripsi ini.
13. Manusia-manusia yang tidak ingin saya sebutkan namanya disini karena telah membuat saya ingin membuktikan bahwa saya bisa.
14. Serta teman-teman dan sahabat lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpengaruh banyak dalam proses penelitian skripsi ini. Penulis mohon maaf dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya kepada pembaca

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Flash Sale terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan harga sebagai moderasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu berupa pengisian kuesioner. Penelitian ini dilakukan di STIE Malangkecewara dengan jumlah sampel sebesar 90 responden. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menemukan beberapa hal ini terkait dengan keputusan pembelian sebagai berikut : variabel online customer review, online customer rating dan flash sale secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Tetapi untuk harga sebagai variabel moderasi memiliki hasil bahwa harga tidak dapat memoderasi online customer review, online customer rating dan flash sale terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai R square yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 60,3%. Hal ini menunjukkan bahwa 60,3% diberikan kepada variabel Online Customer Review, Online Customer Rating, Flash Sale dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Kata kunci : Review, Rating, Flash Sale

Abstract

This study aims to determine the effect of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings and Flash Sale on purchasing decisions by using price as moderation. This study uses a type of quantitative research using the correlation method. In this study, researchers used primary data in the form of filling out questionnaires. This research was conducted at STIE Malangkececwara with a total sample of 90 respondents. Based on the results of the research, the researchers found some of these things related to purchasing decisions as follows: online customer review variables, online customer ratings and flash sales partially or simultaneously have an influence on purchasing decisions. But for price as a moderating variable, the result is that price cannot moderate online customer reviews, online customer ratings and flash sales on purchasing decisions. Meanwhile, the R square value obtained in this study is 60.3%. This shows that 60.3% is given to the online customer review, online customer rating, flash sale and price variables together on purchasing decisions, while the remaining 39.7% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords : Review, Rating, Flash sale

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas ridhanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi ”.

Pada penelitian ini, disajikan beberapa pokok bahasan yang meliputi bab 1 pendahuluan yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Bab 2 berisi tinjauan pustaka yang meliputi tinjauan teori, penelitian terdahulu dan model konseptual. Bab 3 berisi metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, objek dan sumber penelitian, variabel, operasional, skala pengukuran, metode pengumpulan data, metode analisis data. Bab 4 berisi hasil penelitian yang meliputi gambaran umum, analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Bab 5 berisi penutup yang meliputi kesimpulan, kontribusi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Malang, 19 Februari 2023

Penulis

Nadya Cahya Aprilia

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
lembar Pengesahan.....	ii
pernyataan Orisinalitas Skripsi	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Daftar Riwayat Hidup	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak	viii
Abstract	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Teori	12
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.3 Model Konseptual Penelitian	32
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	33
BAB III Metode Penelitian.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian.....	36
3.4 Variabel, Operasional dan Pengukuran	37

3.5 Metode Pengumpulan data	41
3.6 Metode Analisis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Obyek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	54
4.4 Uji Asumsi klasik	58
4.5 Uji Hipotesis	60
4.6 Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Kontribusi Penelitian	76
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
5.4 Saran	77
Daftar Pustaka.....	78
Lampiran	81

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Tabel Ringkasan.....	27
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	39
Tabel 4. 1 Data Angkatan Pengisi Kuesioner	53
Tabel 4. 2 Descriptive Statistics.....	53
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Online Customer Review (X1)	55
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Online Customer Rating (X2).....	55
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Flash Sale (X3)	56
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Harga (Z)	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4. 11 Hasil uji F.....	60
Tabel 4. 12 Uji T.....	61
Tabel 4. 13 Uji T.....	62
Tabel 4. 14 Uji T.....	62
Tabel 4. 15 Uji T.....	63
Tabel 4. 16 Koefisien Determinan	63
Tabel 4. 17 Hasil X2, Z, MRA – Y.....	65
Tabel 4. 18 Hasil X3, Z, MRA – Y.....	65
Tabel 4. 19 Hasil X1,2,3, Z, MRA – Y.....	66

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Proyeksi pengguna internet di Indonesia 2017-2023	1
Gambar 1. 2 Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022).....	4
Gambar 2. 1 Model Konseptual	33
Gambar 4. 1 Uji Heterokdesititas	60

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Hasil Output SPSS.....	86