

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *THE ORIGINOTE* PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

Skripsi Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Novia Dwiki Rachmawati

41183402210025



Strata 1

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH INDONESIA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *THE ORIGINOTE* PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

Tanggal: 03 Juni 2026

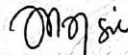
Oleh

Novia Dwiki Rachmawati

NPM: 41183402210025

Disetujui,

Pembimbing



Ria Marginingsih, S.E., M.B.A.

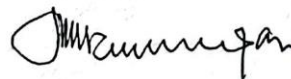
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE ORIGINOTE PADA
MARKETPLACE SHOPEE**

Tanggal: 29 Juli 2026

Oleh

Novia Dwiki Rachmawati

NPM: 41183402210025

Diuji oleh,

Penguji I



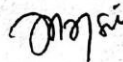
Tuti Sulastris, Dra., M.M.

Penguji II



Yunique Berry, S.M.B., M.Sc., CFP.

Mengetahui,
Pembimbing



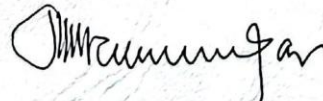
Ria Marginingsih, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novia Dwiki Rachmawati
NPM : 41183402210025
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : noviadwikirachmawati@gmail.com
Judul Skripsi/ Penelitian : Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian The Originote pada *Marketplace* Shopee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apa pun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 24 Mei 2026

Penulis



Novia Dwiki Rachmawati

ABSTRAK

Novia Dwiki Rachmawati (41183402210025)

Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote pada *Marketplace* Shopee

Xii + 67 Halaman + 15 Tabel + 1 Diagram + 2 Gambar + 18 Lampiran

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada *marketplace* Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada konsumen yang pernah membeli produk The Originote di Shopee. Sampel penelitian sebanyak 30 responden pada tahap prasurvei dan dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner penelitian utama (jumlah responden sesuai data dalam skripsi). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.7.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin tinggi *rating* yang diberikan konsumen, semakin kuat kecenderungan mereka untuk membeli produk The Originote di Shopee. Selain itu, *online customer review* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, mengindikasikan bahwa *review* konsumen yang informatif, meyakinkan, serta didukung bukti visual mampu meningkatkan pertimbangan pembelian. Secara simultan, kedua variabel bebas memberikan kontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian konsumen terhadap produk The Originote di Shopee.

Daftar Pustaka: 38 (2016–2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian The Originote pada *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Indonesia. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan bimbingan dan sarapan kepada:

1. Ibu Ria Marginingsih, S.E., M.B.A., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Indonesia.
3. Ibu Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Indonesia.
4. Ibu Yunike Berry, S.M.B., M.Sc., CFP, dan Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M., selaku dosen penguji sidang komprehensif dan sidang skripsi.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Indonesia.
6. Kedua orang tuaku, Bapak Priyanto dan Ibu Sri Yuningsih, yang tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang dan selalu mendoakan setiap langkah penulis. Terima kasih selalu berjuang mati-matian untuk kehidupan penulis, memotivasi juga memberikan dukungan baik secara materiil dan moril sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Penulis mendedikasikan gelar yang penuh perjuangan ini untuk kedua orangtuaku. Semoga hadiah kecil yang

penulis berikan menjadi kebanggaan besar untuk mereka.

7. Kepada kakak kandung saya, Serda Dedy Dika Suhendra, yang telah menemani saya dalam setiap tumbuh kembang saya menjadi pendengar dan sandaran yang baik untuk kami adik-adiknya.
8. Kepada kakak ipar saya, Siti Rokoyah, S.Hum yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Terima kasih untuk setiap arahan dan masukan untuk saya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada adik kandung saya, Prada Vito Tri Handoko, yang tumbuh dewasa bersama saya, terima kasih tetap menemani saya dalam keadaan senang maupun susah. Walau kita terpisah jarak dan waktu doa saya selalu membersamaimu.
10. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan, Dea, Vira, Anggi, dan Alya. Terima kasih untuk setiap memori cerita yang dibuat bersama.
11. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang teramat tulus kepada Ade Saputra yang selalu hadir, memberikan semangat, dukungan dan cinta, serta menemani dari awal sampai akhir proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, canda, tawa, dan motivasi yang tak ternilai harganya. Kehadiranmu mematahkan prinsip saya bahwa manusia tidak bisa dijadikan rumah untuk pulang. Semoga takdir baik menyertai langkah kita.
12. Terakhir, untuk diriku sendiri, Novia Dwiki Rachmawati. Terima kasih karena telah bertahan dan melangkah sejauh ini. Terima kasih sudah terus berusaha dan mau menghargai diri sendiri sampai titik ini. Meskipun sering merasa putus asa ketika apa yang diperjuangkan belum membuahkan hasil, tetap bersyukur karena diriku tidak berhenti mencoba. Terima kasih karena tidak menyerah, seberat apa pun proses menyelesaikan skripsi. Ini adalah pencapaian yang layak diapresiasi oleh diri sendiri. Tetaplah berbahagia di mana pun berada, Novia. Atas segala susah, senang, tangis, tawa, bahagia dan kesedihan yang pernah dialami, inilah bentuk sederhana dari diriku yang sedang merayakan kemenangan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Namun, penulis telah berusaha

menyusunnya dengan sebaik mungkin. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 22 Juli 2026

Penulis

Novia Dwiki Rachmawati

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKIRPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Ruang Lingkup Atau Pembatasan Masalah.....	15
1.5 SISTEMATIKA PELAPORAN.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	17
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X_1)	18
2.2.1 Definisi <i>Online Customer Rating</i>	18
2.2.2 Indikator-indikator <i>Online Customer Rating</i>	19
2.2.3 Hubungan <i>Online Customer Rating</i> dengan Keputusan Pembelian	20
2.3 Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_2)	20
2.3.1 Definisi <i>Online Customer Review</i>	20
2.3.2 Indikator-indikator <i>Online Customer Review</i>	21
2.3.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian ...	22
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Kerangka Pemikiran	30
2.6 Hipotesis Penelitian	31
2.6.1 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	32

2.6.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian...	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.1.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	34
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.2 Jenis dan Sumber data	36
3.2.1 Jenis Data.....	36
3.2.2 Teknik Analisis Data	36
3.3 Instrumen Penelitian.....	37
3.3.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
3.3.2 Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X_1).....	38
3.3.3 Variabel <i>Online Customer Review</i> (X_2).....	39
3.4 Metode Analisis Data	40
3.4.1 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	40
3.4.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	40
3.5 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas	42
3.6 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	42
3.6.1 <i>R-Square</i>	42
3.6.2 Uji Multikoleniaritas (VIF).....	43
3.6.3 Uji Model Fit	43
3.6.4 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2 Visi Misi The Originote.....	46
4.2 Profil Responden	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan.....	49

4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	50
4.3	Analisis Deskripsi.....	51
4.4	Pengujian Kualitas Instrumen.....	58
4.5	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.5.1	Uji Validitas.....	59
4.5.2	Uji Reliabilitas	64
4.6	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	65
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	65
4.6.2	Uji Multikoleniaritas (VIF).....	66
4.6.3	Uji Model Fit	66
4.6.4	Uji Hipotesis	67
4.7	Pembahasan Penelitian	70
4.7.1	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	70
4.7.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian...	72
4.8	Kelemahan Penelitian.....	73
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
DAFTAR LAMPIRAN.....		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top lima (5) Tertinggi GMV di Shopee 2024	2
Tabel 1.2 Prasurvei Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1.3 <i>Online Customer Rating</i> The Originote	7
Tabel 1.4 Prasurvei <i>Online Customer Rating</i>	8
Tabel 1.5 Prasurvei <i>Online Customer Review</i>	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Instrument Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	49
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	50
Tabel 4.7 Interpretasi Hasil	54
Tabel 4.8 Deskripsi Data Variabel <i>Online Customer Rating</i>	51
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel <i>Online Customer Review</i>	53
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i>	61
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.13 <i>Cross Loadings</i> (Nilai <i>Discriminant Validity</i>).....	63
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	65
Tabel 4.16 Uji Multikoleniaritas (VIF).....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Fit	67
Tabel 4.18 Analisis Jalur Pengaruh Langsung.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Hasil <i>Outer Loading</i>	60
Gambar 4.2 Hasil <i>Bootstrapping</i>	68

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Penjualan The Originote di Shopee 2022-2024	3
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Prasurvei Penelitian	88
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Uji Coba.....	90
Lampiran 4 Uji Validitas & Reliabilitas Variabel	92
Lampiran 5 Hasil Data Penelitian Kuesioner <i>Online Customer Rating</i> (X ₁).....	95
Lampiran 6 Hasil Data Penelitian Kuesioner <i>Online Customer Review</i> (X ₂).....	98
Lampiran 7 Hasil Data Penelitian Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	101
Lampiran 8 Hasil <i>power analysis</i> Menggunakan G*Power.....	101
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinan/ <i>R-Square</i> (R ²)	101
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	106
Lampiran 11 <i>Review The Originote</i> Di Shopee Menggunakan Atlas	107
Lampiran 12 Bukti Penyebaran Kuesioner	114
Lampiran 13 Hasil <i>Rating</i> dan <i>Review</i> Pengguna <i>The Originote</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee	115
Lampiran 14 Surat Acc Judul Skripsi	118
Lampiran 15 Surat Keputusan Pembimbing	119
Lampiran 16 Kartu Seminar Proposal.....	120
Lampiran 17 Kartu Bimbingan Skripsi.....	121
Lampiran 18 Hasil Turnitin.....	122
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	124

Lampiran 1 Hasil Turnitin

Novia Dwiki Rachmawati

SKRIPSI_NOVIA_DWIKI_RACHMAWATI_FIX.pdf

Quick Submit

Quick Submit

UNISMA Bekasi

Page 2 of 140 - Integrity Overview

Submission ID :tm:oid::1:3576384370

26% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

Small Matches (less than 9 words)

Top Sources

22% Internet sources

14% Publications

18% Submitted works (Student Papers)

Page 3 of 140 - Integrity Overview

Submission ID :tm:oid::1:3576384370

Top Sources

22% Internet sources

14% Publications

18% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1

Student papers

Konsorsium PTS Batch 5

4%

2

Internet

repositori.uma.ac.id

3%

3

Internet

repository.umsu.ac.id

2%

4

Internet

journal.stimykpn.ac.id

1%

5

Internet

repository.unissula.ac.id

1%

6

Internet

etheses.uin-malang.ac.id

1%

7

Internet

repository.uinsaizu.ac.id

<1%

8

Internet

journal.fkpt.org

<1%

9

Internet

eskrripsi.usm.ac.id

<1%

10

Internet

repositori.usu.ac.id

<1%

11

Internet

eprints.iain-surakarta.ac.id

<1%