

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Konsumen *Shopeefood* di Jakarta Barat)

INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND E-SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS

(Case Study on ShopeeFood Consumers in West Jakarta)

Oleh:

Muhammad Irsan Razi

2018410082

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1) Konsentrasi
Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2023

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen *Shopeefood* di Jakarta Barat)**

***INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND E-SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS
(Case Study on ShopeeFood Consumers in West Jakarta)***

Oleh
Muhammad Irsan Razi

2018410082

SKRIPSI

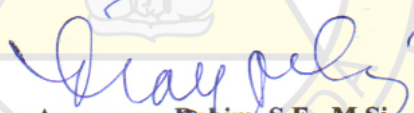
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi

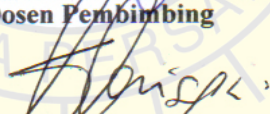
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

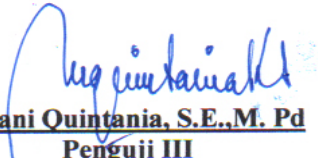
Seperti tertera dibawah ini

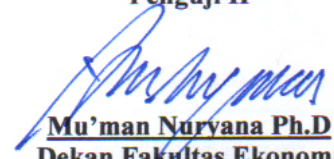
Jakarta, 24 Februari 2023 dengan nilai **B+**

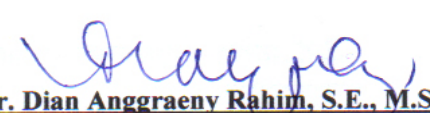

Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Dosen Pembimbing


Drs. Fauzi Baisvir, M.M.
Penguji I


Ellena Nurfazra H, S.E, M.M.
Penguji II


Melani Quintania, S.E., M. Pd
Penguji III


Mu'man Nuryana Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si
Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Muhammad Irsan Razi

NIM : 2018410082

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh E-Service Quality dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen *Shopeefood* Di Jakarta Barat)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan panitia penguji skripsi.

Mengetahui.

Jakarta, Februari 2023

Menyetujui,

Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si

Dosen Pembimbing

LEMBAR PENYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Irsan Razi

NIM : 2018410082

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan karya tulis yang dibuat dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” yang dibimbing oleh Ibu Melani Quintania, S.E, M.Pd. adalah benar merupakan bukti karya tulis murni saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari saya terbukti melanggar, maka saya akan bersedia bertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 08 Febuari 2023

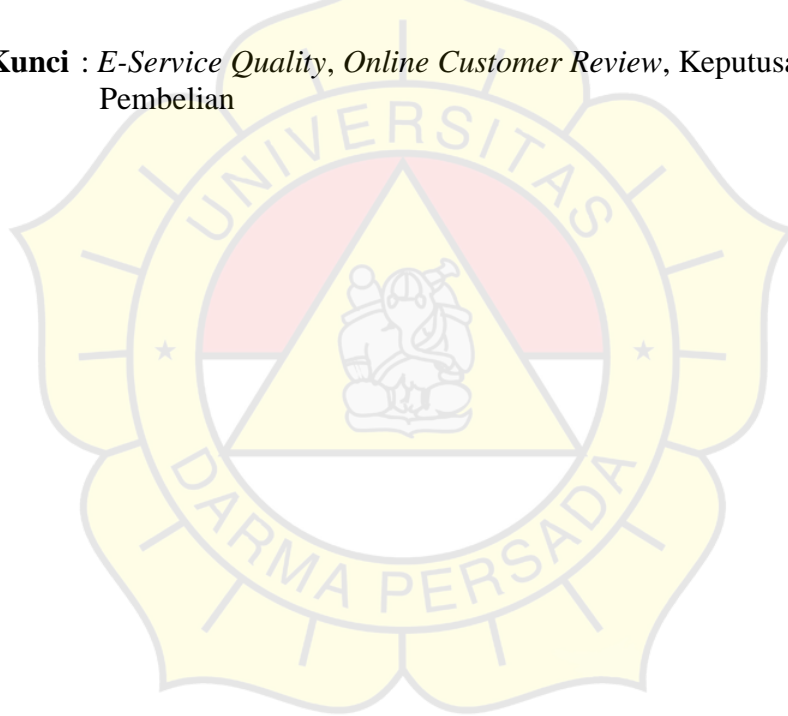
Yang membuat pernyataan,


Muhammad Irsan Razi

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *e-service quality* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen *shopeefood* di Kota Jakarta Barat. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, regresi linier sederhana dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan uji F (simultan) dan uji t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan maupun parsial.

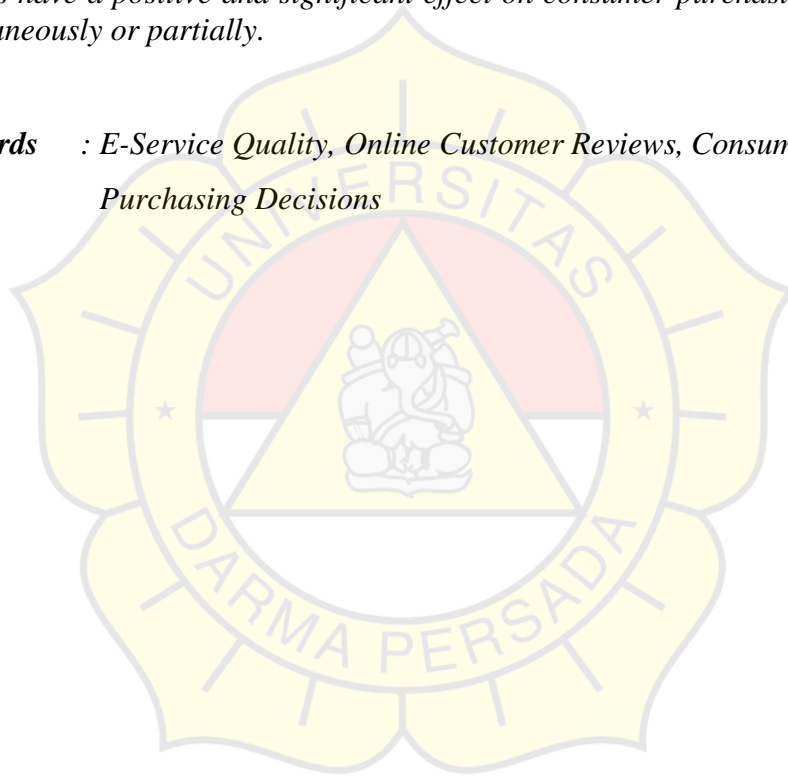
Kata Kunci : *E-Service Quality, Online Customer Review, Keputusan Pembelian*



Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of e-service quality and online customer review variables on the purchasing decisions of shopeefood consumers in West Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires through the Google form. Sampling was carried out using non-probability sampling and purposive sampling techniques. The analytical tools used are multiple linear regression, simple linear regression and classical assumption test. Hypothesis testing uses the F test (simultaneous) and t test (partial). The results of the study show that e-service quality and online customer reviews have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions simultaneously or partially.

Keywords : *E-Service Quality, Online Customer Reviews, Consumer Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen *Shopeefood* di Jakarta Barat)”**. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd. selaku Pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Ir. Mu'man Nuryana Ph.D, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Orang tua saya, Ibu, Bapak, dan Adik serta keluarga lainnya yang telah memberi do'a dan dukungan kepada saya baik moril dan materil sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
7. Para sahabat-sahabat saya khususnya Almer Mochammad Ronaldo, Aryo Prasetyo, Handoko Agung Priambodo, dan Muhammad Farhan Dani yang telah membantu dan ikut andil dalam penelitian ini.
8. Seluruh teman-teman angkatan 2018 Jurusan Manajemen yang memberikan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

9. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 12 Maret 2022

Muhammad Irsan Razi



DAFTAR ISI

Halaman

Cover	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah	9
1.2.3 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Definisi Pemasaran	11
2.1.2 Tujuan Pemasaran	11
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	12
1. Definisi <i>E-Commerce</i>	12
1. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	13
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	14
1. Definisi <i>E-Service Quality</i>	14
2. Karakteristik <i>E-Service Quality</i>	15
3. Manfaat <i>E-Service Quality</i>	16
4. Indikator <i>E-Service Quality</i>	16
5. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	18
1. Definisi <i>Online Customer Review</i>	18
2. Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	19
3. Indikator <i>Online Customer Review</i>	19
4. Dimensi <i>Online Customer Review</i>	21
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
1. Definisi Keputusan Pembelian	22
2. Proses Pembuatan Keputusan Pembelian	23
3. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	24
4. Faktor mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
5. Dimensi Keputusan Pembelian	28
2.1.7 <i>Food Delivery (ShopeeFood)</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30

2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Yang Digunakan	43
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.3 Operasional Variabel	44
3.4 Sumber dan Penentuan Data	56
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	56
3.4.2 Cara Penentuan Data	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1 Kuesioner	59
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	62
3.6.1 Uji Keabsahan Data	64
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	68
3.6.3 Alat Analisis Data	68
3.6.4 Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1 Sejarah Singkat <i>Shopeefood</i>	66
4.1.2 Visi dan Misi <i>Shopeefood</i>	67
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.1. Karakteristik Responden	69
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	75

4.2.3 Uji Keabsahan Data	107
1. Uji Validitas	108
2. Uji Reliabilitas	109
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	110
1. Uji Normalitas	110
2. Uji Multikolinieritas	112
3. Uji Heteroskedastisitas	113
4.2.5 Uji Analisis	114
1. Analisis Regresi Linier Berganda	114
2. Uji Korelasi Ganda	116
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	117
4. Analisis Regresi Linier Sederhana	117
4.2.6 Uji Hipotesis	120
1. Uji F	121
2. Uji t (Parsial)	121
4.3 Pembahasan	122
4.3.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	123
4.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	124
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	125
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	127

5.1 Simpulan	127
5.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	133



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Penilaian Salah Satu Restoran <i>Shopeefood</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel	45
Tabel 3.2 Skala Likter	60
Tabel 3.3 Rentang Skala	60
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi R^2	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	73
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	73
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Sering Dibeli	74
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Ketertarikan	75
Tabel 4.9 Saya merasa aplikasi <i>online</i> <i>Shopeefood</i> dapat diandalkan dalam pemesanan makanan tanpa harus datang ke restoran	76
Tabel 4.10 Saya merasa pengantaran terhadap makanan akurat dan tepat pada alamat yang tertera di aplikasi	76
Tabel 4.11 Saya mendapatkan informasi dan melakukan transaksi dengan cepat melalui aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i>	77
Tabel 4.12 Ketersediaan layanan <i>shopeefood</i> untuk membantu saya dalam berbelanja sangat baik	78

Tabel 4.13 Saya merasa pelayanan aplikasi <i>online shopeefood</i> cepat dan tanggap dalam merespon permintaan pelanggan	78
Tabel 4.14 Saya merasa pelayanan aplikasi <i>online shopeefood</i> sabar dan tetap ramah dalam menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan	79
Tabel 4.15 Saya merasa aman mengenai data privasi saya di aplikasi <i>online shopeefood</i>	80
Tabel 4.16 Saya merasa yakin informasi keuangan saya terlindungi	81
Tabel 4.17 Saya yakin aplikasi <i>online shopeefood</i> tidak akan menyalahgunakan data saya	81
Tabel 4.18 Saya merasa informasi yang diberikan pada aplikasi <i>online shopeefood</i> bermanfaat bagi pelanggan	82
Tabel 4.19 Saya merasa informasi yang diberikan pada aplikasi <i>online shopeefood</i> sesuai dengan kebutuhan pelanggan	83
Tabel 4.20 Saya merasa informasi yang diberikan pada aplikasi <i>online shopeefood</i> sesuai dengan tujuan pelanggan	83
Tabel 4.21 Saya merasa mudah untuk mengakses aplikasi.....	84
Tabel 4.22 Saya merasa mudah untuk mengeksplorasi di aplikasi <i>online shopeefood</i>	85
Tabel 4.23 Saya merasa mudah untuk menemukan informasi yang saya inginkan pada aplikasi <i>online shopeefood</i>	85
Tabel 4.24 Saya merasa desain aplikasi <i>online shopeefood</i> bagus, menarik dan kreatif	86
Tabel 4.25 Saya merasa menu yang terdapat pada desain aplikasi <i>online shopeefood</i> terlihat jelas	87

Tabel 4.26 Saya merasa menu yang terdapat pada desain aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i> terlihat simpel	87
Tabel 4.27 Saya merasa mendapatkan manfaat dari adanya <i>online</i> <i>customer review</i> pada aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i>	88
Tabel 4.28 <i>Online customer review</i> membantu membangun kesadaran pelanggan untuk mendapatkan informasi melalui fitur tersebut	89
Tabel 4.29 <i>Online customer review</i> membuat kesadaran pelanggan terbantu karena lebih mudah untuk menentukan pilihan makanan yang mempunyai rating baik pada aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i>	90
Tabel 4.30 Konsumen sering menggunakan fitur <i>review</i> /ulasan produk makanan sebagai sumber informasi	91
Tabel 4.31 <i>Review positif</i> mempengaruhi pendapat saya terhadap produk tersebut	91
Tabel 4.32 Semakin banyak jumlah <i>review positif</i> maka semakin baik reputasi produk tersebut pada aplikasi <i>online</i> <i>Shopeefood</i>	92
Tabel 4.33 Saya merasa nyaman berbelanja makanan pada restoran dengan jumlah <i>online customer review</i> yang banyak pada aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i>	93
Tabel 4.34 <i>Review</i> suatu produk di suatu restoran pada aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i> memberikan saya informasi mengenai kelebihan produk tersebut	94
Tabel 4.35 <i>Review</i> suatu produk di suatu restoran pada aplikasi <i>online</i> <i>shopeefood</i> memberikan saya informasi mengenai kekurangan produk tersebut	94

Tabel 4.36 Saya akan mencari alternatif makanan atau restoran lain pada aplikasi <i>online shopeefood</i> apabila terdapat review <i>negatif</i> pada suatu produk	95
Tabel 4.37 Saya merasa banyaknya <i>online customer review positif</i> menandakan toko/restoran tersebut terpercaya	96
Tabel 4.38 Saya merasa banyaknya <i>online customer review negatif</i> menandakan toko/restoran tersebut kurang terpercaya	97
Tabel 4.39 Saya menggunakan jasa aplikasi <i>online shopeefood</i> karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan	98
Tabel 4.40 Saya memutuskan untuk membeli makanan setelah membandingkan dengan yang lain pada restoran di <i>shopeefood</i>	98
Tabel 4.41 Saya merasa sangat puas dengan produk yang ada aplikasi <i>online shopeefood</i>	99
Tabel 4.42 Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk / jasa	100
Tabel 4.43 Saya membeli makanan di aplikasi <i>online shopeefood</i> sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas makanan terjangkau dan bermutu	100
Tabel 4.44 Kualitas makanan pada restoran yang ada pada aplikasi <i>online shopeefood</i> sangat baik dibandingkan dengan yang lain	101
Tabel 4.45 Saya menggunakan jasa aplikasi <i>online shopeefood</i> karna adanya bujukan orang lain	102
Tabel 4.46 Saya akan mereferensikan kepada orang lain untuk membeli makanan dan minuman melalui aplikasi <i>online shopeefood</i> ..	103

Tabel 4.47 Setelah melihat konsumen lain membeli makanan menggunakan aplikasi <i>online shopeefood</i> saya tertarik untuk membeli	103
Tabel 4.48 Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan menggunakan jasa dari aplikasi <i>online shopeefood</i> kembali ..	104
Tabel 4.49 Saya akan melakukan pembelian ulang melalui aplikasi <i>online shopeefood</i>	105
Tabel 4.50 Saya akan melakukan pembelian ulang pada makanan yang dikonsumsi sebelumnya melalui aplikasi <i>online shopeefood</i> ..	105
Tabel 4.51 Statistik <i>Deskriptif</i>	106
Tabel 4.52 Hasil Uji <i>Validitas</i>	108
Tabel 4.53 Hasil Uji <i>Reliabilitas</i>	110
Tabel 4.54 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	112
Tabel 4.55 Hasil Uji <i>Multikolinieritas</i>	113
Tabel 4.56 Hasil Analisis <i>Regresi Linier Berganda</i>	115
Tabel 4.57 Hasil Uji Korelasi Ganda	116
Tabel 4.58 Hasil Uji <i>Determinasi R²</i>	117
Tabel 4.59 Parameter <i>Kuantitatif E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	117
Tabel 4.60 Parameter <i>Kuantitatif Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	118
Tabel 4.61 Hasil Uji <i>Determinasi R²</i>	119
Tabel 4.62 Hasil Uji <i>Determinasi R²</i>	120
Tabel 4.63 Hasil Uji F	121

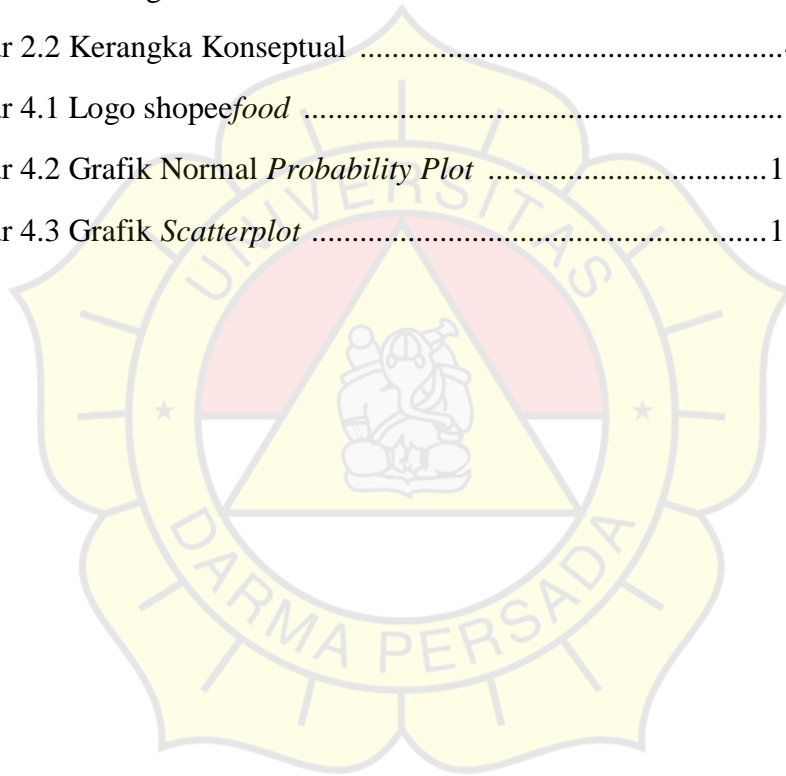
Tabel 4.64 Hasil Uji t 122

Tabel 4.65 Ringkasan Hasil Uji *Hipotesis* 123



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Dunia	1
Gambar 1.2 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.3 Lima Peringkat Tertinggi Pengunduh <i>E-Commerce</i>	4
Gambar 1.4 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Logo <i>shopeefood</i>	69
Gambar 4.2 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	111
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	114



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Rating Penilaian Salah Satu Restoran <i>shopeefood</i>	134
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	142
Lampiran 3 Profil Responden Konsumen <i>shopeefood</i>	152
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data <i>E-Service Quality</i>	158
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data <i>Online Customer Review</i>	161
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Keputusan Pembelian Konsumen ..	165
Lampiran 7 Uji Hasil <i>Validitas</i>	169
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Reliabilitas</i>	183
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Descriptive Statistic</i>	184
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik	185
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Regresi Linier</i> Berganda	187
Lampiran 12 Analisis <i>Regresi Linier</i> Sederhana	189
Lampiran 13 Hasil Uji <i>Determinasi R²</i>	190
Lampiran 14 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i>	191
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	192
Lampiran 16 CATATAN KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI	193