

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Meraih Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Noor Indah Sari

201610160311251

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA**

Oleh:

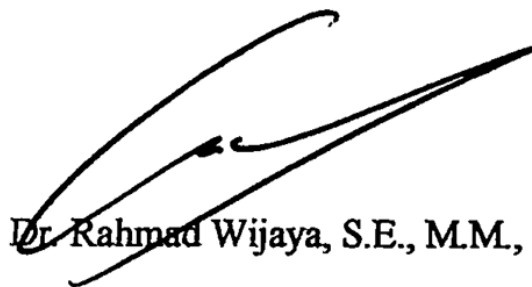
Noor Indah Sari

201610160311251

Malang, 10 Juli 2023

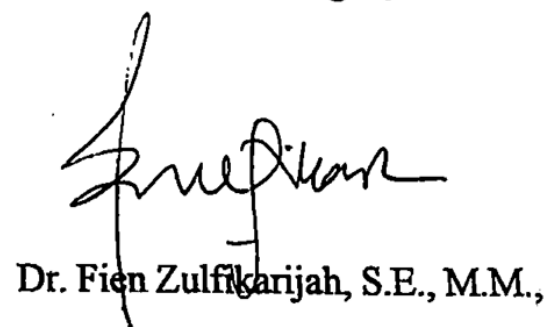
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.,

Pembimbing II,



Dr. Fien Zulfikriyah, S.E., M.M.,

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA**

Oleh:

Noor Indah Sari
201610160311251

Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Juli 2023

Pembimbing I,


Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Pembimbing II,


Dr. Fien Zulfikarjah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Noor Indah Sari**

NIM : **201610160311251**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Marsudi, M.M.**

Penguji II : **Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M.**

Penguji III : **Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.**

Penguji IV : **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



1
2
3
4



1
2

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noor Indah Sari
NIM : 201610160311251
Program Studi : Manajemen
Surel : reilakkumas@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 7 Juli 2023

Yang membuat
pernyataan,



Noor Indah Sari

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA

Noor Indah Sari, Rahmad Wijaya, Fien Zulfikarjah

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
Email: reilakkumas@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas *website* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian adalah masyarakat di sekitar kampus III Universitas Muhammadiyah Malang yang telah berbelanja di *marketplace* Lazada dalam kurun waktu dua tahun terakhir, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 105 orang dengan metode *non-probability sampling*. Teknik analisis linier berganda dipilih sebagai teknik analisis yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan variabel yang berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen adalah *online customer review*.

Kata Kunci: Kualitas *Website*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASING DECISIONS OF LAZADA CUSTOMERS

Noor Indah Sari, Rahmad Wijaya, Fien Zulfikarijah

Management Study Program Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Malang
Tlogomas Highway No. 246, Malang

Email: reilakkumas@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of website quality and online customer review on purchase decision. The population in this research is the community around campus III Muhammadiyah Malang University who have shopped on Lazada marketplace on the lastest two years, and the samples used on this research is 105 people using the non-probability sampling. Multiple regression linier technique is the analysis technique that were used in this research. The result of this research showing that website quality and online customer review have significant effect on purchase decision. And the variable that have the bigger effect on consumer purchase decision is online customer review.

Keywords: Website Quality, Online Customer Reviews, Purchase Decisions



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang. Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus dan rendah hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. Fauzan, M. Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Alm. Drs. Wiyono, M.M., sebagai dosen wali manajemen E 2016 yang telah mendampingi dalam proses belajar
5. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Fien Zulfikarijah, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Wiyarta dan Ibu Hartati tercinta, yang telah memberikan dukungan serta doa untuk kelancaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
9. Terima kasih kepada rekan-rekan seperjuangan Manajemen Kelas E 2016 atas kenangan, cerita, dan kerjasama selama kuliah serta dalam penyelesaian tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
11. Rekan-rekan satu bimbingan yang sedang bersama-sama berjuang mengejar gelar sarjana.
12. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Malang, 7 Juli 2023

Noor Indah Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL... ..	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori.....	6
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	12
2.4 Perumusan Hipotesis	12

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	15
3.2 Jenis Penelitian.....	15
3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	15
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	16
a. Definisi Operasional.....	16
b. Jenis dan Sumber Data	17
c. Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.5 Skala Pengukuran	18

3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	18
3.7 Teknik Analisis Data	20
3.8 Uji Hipotesis.....	21

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	22
B. Analisis Data	23
C. Rentang Skala.....	27
D. Regresi Linier Berganda.....	29
E. Uji T.....	31
F. Pembahasan.....	32

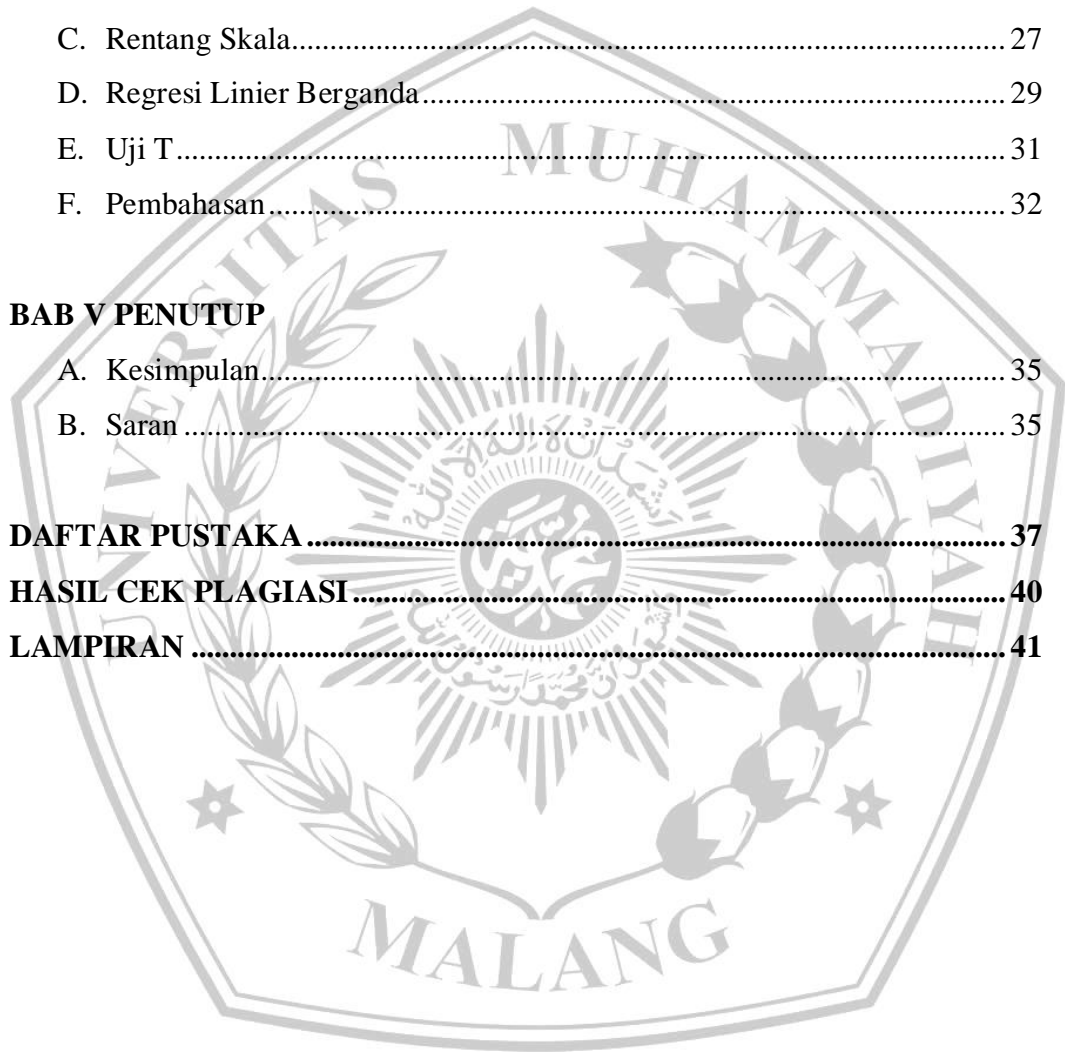
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	35
B. Saran	35

DAFTAR PUSTAKA.....	37
----------------------------	-----------

HASIL CEK PLAGIASI.....	40
--------------------------------	-----------

LAMPIRAN	41
-----------------------	-----------



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 11
GAMBAR 2.2 12



DAFTAR TABEL

BAB II

Tabel 2.1.....	5
----------------	---

BAB III

Tabel 3.1.....	16
----------------	----

Tabel 3.2.....	20
----------------	----

BAB IV

Tabel 4.1.....	22
----------------	----

Tabel 4.2.....	22
----------------	----

Tabel 4.3.....	23
----------------	----

Tabel 4.4.....	24
----------------	----

Tabel 4.5.....	25
----------------	----

Tabel 4.6.....	25
----------------	----

Tabel 4.7.....	26
----------------	----

Tabel 4.8.....	26
----------------	----

Tabel 4.9.....	27
----------------	----

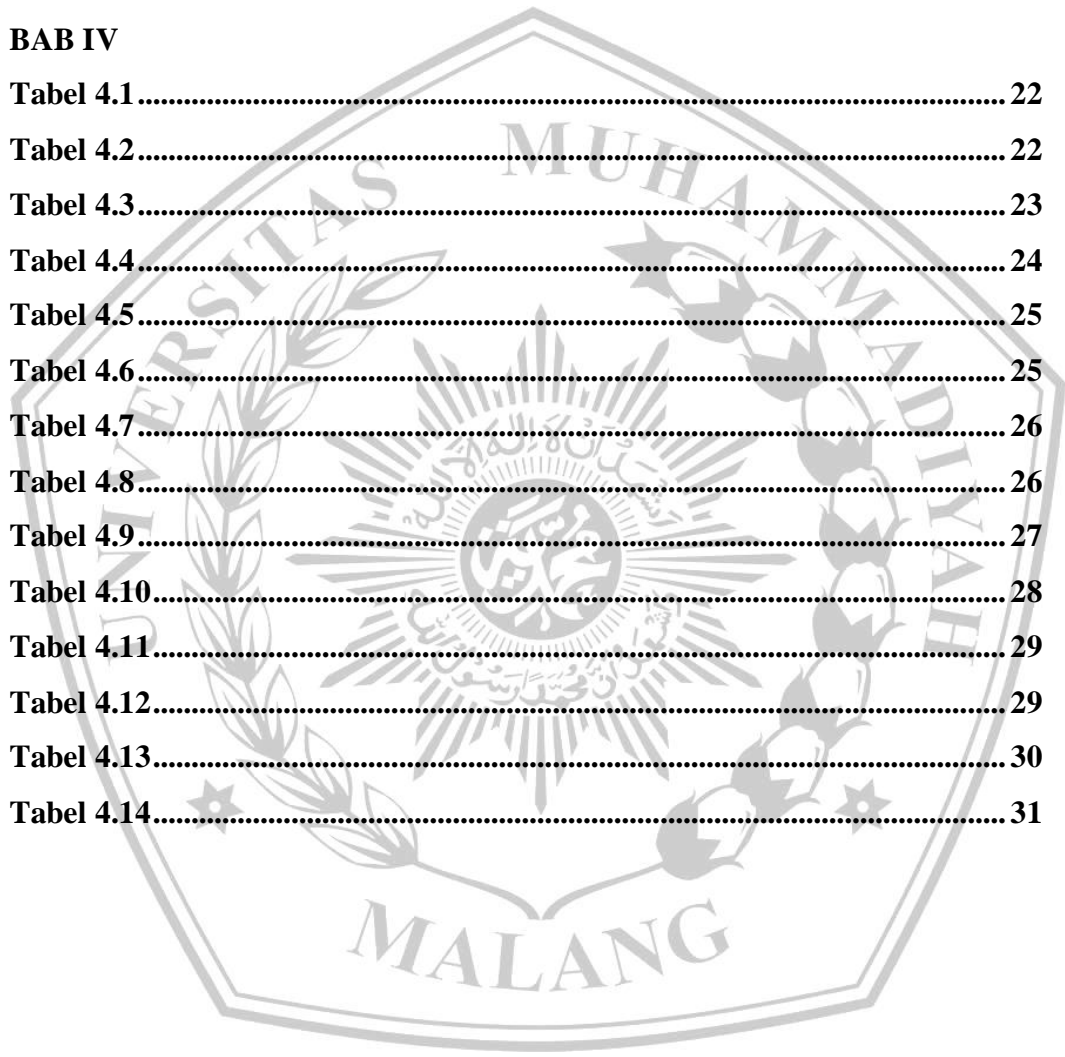
Tabel 4.10.....	28
-----------------	----

Tabel 4.11.....	29
-----------------	----

Tabel 4.12.....	29
-----------------	----

Tabel 4.13.....	30
-----------------	----

Tabel 4.14.....	31
-----------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner..... 41
LAMPIRAN 2 Skor Jawaban Responden..... 44
LAMPIRAN 3 Uji Instrumen..... 48
LAMPIRAN 4 Uji Asumsi Klasik..... 50
LAMPIRAN 5 Regresi Linier Berganda 51
LAMPIRAN 6 R-Tabel dan T-Tabel 52



DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, S. dan Vidgen, R. 2002. *Barnes & Vidgen: An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality An Integrative Approach To The Assessment of E-Commerce Quality*.
- Barnes, S. dan Vidgen, R. 2000. "Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) WebQual: An Exploration of Website Quality Recommended Citation WebQual: An Exploration of Web-Site Quality." *European Conference on Information Systems (ECIS)*: 1–9. <http://aisel.aisnet.org/ecis2000/74>.
- Bavarsad, B., Rahimi F., dan Mennatyan M. 2013. "A Study of the Effects of Website's Perceived Features on the Intention to Use E-Shopping." *World Applied Programming* 3(6): 252–63.
https://www.researchgate.net/profile/Farajallah_Rahimi/publication/328124592_A_Study_of_the_Effects_of_Website%27s_Perceived_Features_on_the_Intention_to_Use_E-shopping/links/5bb8ad434585159e8d878fb9/A-Study-of-the-Effects-of-f-Websites-Perceived-Features-o.
- Daulay, N. 2020. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)." *Skripsi Universitas Sumatra Utara*: 28–30.
- El-Baz, B.E., Elseidi R.I., dan El-Maniaway A.M. 2018. "Influence of Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Brand Credibility and Egyptian Consumers' Purchase Intentions." *International Journal of Online Marketing* 8(4).
- Farki, A., Baihaqi I., dan Wibawa, B.M. 2016. "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia."
- Ferdinand, A. 2006. Semarang: Universitas Diponegoro *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tests, Dan Disertai Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Furkonudin, Suryadi E., dan Darmanto. 2016. "Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Blibli.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2016*: 7–12.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9.
- Hansopaheluwakan, S., Polla, J.R., Kristiyanto, J., Prabowo, H. 2020. *The Influence Of Social Media Marketing, Website Quality, E-Wom, And Perceived Value On The Purchase Intention (Case Study: PT. Vita Nova Atletik's Local Brand Sports Shoes)*.
- Idris, F.. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pendurungan Kota Semarang*.
- Ivadah, M. N., dan Syhrif, O.O. 2021. "The Influence of Product Review on Purchase Devision Product Fashion Customer in E-Commerce Shopee." *Agustus* 8(4): 3282.
- Kevin, A., dan Siagian H. 2020. *Pengaruh Online Review Product Dan Website Quality Terhadap Purchase Intention Ketika Melakukan Pembelian Di Tokopedia*.
- Khoirunnisa, A., dan Yuliarti M.S. 2018. "Website Dan Keputusan Pembelian (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Pemanfaatan Review Di Femaledaily.Com Dalam Keputusan Pembelian Dan Penggunaan Kosmetik Korea Di UNS Solo)."

- Kim, H., dan Niehm L.S. 2009. "The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing." *Journal of Interactive Marketing* 23(3): 221–33.
- Kim, S., dan Lee Y. 2006. "Global Online Marketplace: A Cross-Cultural Comparison of Website Quality." *International Journal of Consumer Studies* 30(6): 533–43.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2016. "Principles of Marketing (11 Ed.)." *New York: Pearson International*.
- Kusnanto, D., Oktaviany R.A., dan Rahma R. 2020. "Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang." *Jurnal Ecoment Global* 5(1): 40.
- Loiacono, E.T., Watson, R.T., dan Goodhue, D.L. 2007. "WebQual: An Instrument for Consumer Evaluation of Web Sites." *International Journal of Electronic Commerce* 11(3).
- Mazuanda, D. 2018. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung (Survey Pada Pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung)*. <http://repository.unpas.ac.id/32844/> (March 23, 2022).
- Park, C., dan Lee, T.M. 2009. "Information Direction, Website Reputation and EWOM Effect: A Moderating Role of Product Type." *Journal of Business Research* 62(1): 61–67.
- Pradana, D., Hidayah, S., dan Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14il.2445>
- Resmawa, I.N., dan Masrurroh, S. 2022. *Pengaruh Quality of Website, Brand Resonance Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Agoda.Com Di Surabaya*.
- Rochim, D.N. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta." (UIN Surakarta): 6.
- Sari, A., Ambarwati D.A.S., dan Ramelan M.R. 2020. "The Mediation Relationship of Customer Satisfaction between Service Quality and Repurchase Intention on E-Commerce in Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 13(1): 137.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L. L., dan Hansen, H. 2012. *Consumer Behaviour: A European Outlook*. In *Pearson Education*.
- Sugiyono. 2012. Bandung: Alfabeta *Perspektif Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- . 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. <https://doi.org/10.1>.
- . 2014. "Teknik Pengumpulan Data Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." *Bandung: Alfabeta*.
- . 2016. "Metode Penelitian Kualitatif Dan R and D." *Bandung: Alfabeta*.
- . 2017. "BAB III Metode Penelitian Menurut Sugiyono 2017." *Statistical Field Theor*.

- Sutanto, M.A., dan Aprianingsih A. 2016. *The Effect of Online Consumer Review Towards Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic In Indonesia*.
www.frobes.com.
- Zhao, X., Wang, L., Guo, X., dan Law R. 2015. "The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 27(6): 1343–64.
- Kompas.com. 2021. Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung di Asia Tenggara
<https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara?page=all>. Diakses pada Minggu, 9 Januari 2022
- Kommerce.id. 2021. 10 Daftar Marketplace Terbesar Dan Terpopuler Di Indonesia Tahun 2022. <https://kommerce.id/blog/marketplace-terpopuler-di-indonesia/>. Diakses pada Minggu, 9 Januari 2022
- Kontan.co.id. 2021. 10 e-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia, Tokopedia kembali ke puncak.
<https://lifestyle.kontan.co.id/news/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-tokopedia-kembali-ke-puncak>. Diakses pada Minggu, 9 Januari 2022
- Kompas.com. 2022. Daftar Toko Online Terbesar dan Terpopuler di Indonesia Tahun 2022.
<https://buku.kompas.com/read/1327/daftar-toko-online-paling-besar-dan-terpopuler-di-indonesia-tahun-2022>. Diakses pada Minggu, 21 Agustus 2022
- Aplikasi Wirausaha Majoo. 2022. Review 5 Toko Online Terbaik dan Terpopuler di Indonesia. <https://majoo.id/solusi/detail/toko-online>. Diakses pada Minggu, 21 Agustus 2022
- Top Brand Index. 2022. Situs Jual Beli Online.
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=lazada. Diakses pada Minggu, 21 Agustus 2022.

PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAZADA

ORIGINALITY REPORT

10% SIMILARITY INDEX	10% INTERNET SOURCES	4% PUBLICATIONS	7% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
2	repositori.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
3	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	2%
4	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%
5	repositori.stie-aub.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

