

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
KEPERCAYAAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Desri Yeni Sinaga
190910276**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
KEPERCAYAAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Desri Yeni Sinaga
190910276**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Desri Yeni sinaga

NPM : 190910276

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *Online Customer Review*, Kepercayaan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 30 Januari 2023



Desri Yeni Sinaga

NPM. 190910276

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
KEPERCAYAAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW
DI KOTA BATAM**

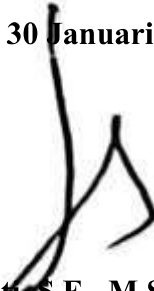
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Desri Yeni Sinaga
190910276**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 30 Januari 2023



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D
Pembimbing**



ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini sudah termasuk kegiatan jual beli yang mengakibatkan pembeli harus memperhatikan beberapa aspek sebelumnya yaitu dengan memperhatikan *Review* pelanggan, karena sulitnya membangun kepercayaan dalam melakukan pembelian tanpa tatap muka, dengan variasi dan ketersediaan produk meningkatkan pilihan pembeli, mungkin atau mungkin tidak meningkatkan keputusan pembelian terutama pembelian yang dilakukan di Ms Glow Batam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi pembeli yang melakukan pembelian di Ms Glow, sampel sebanyak 283 sampel. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Customer Review Online* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Tidak ditemukan pengaruh Ketersediaan Produk terhadap keputusan pembelian, dan *Review Pelanggan Online*, Kepercayaan, Ketersediaan Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Keputusan Pembelian MS Glow di Kota Batam. R kuadrat yang disesuaikan adalah 0,66 atau 65,8%. Nilai tersebut menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu 65,8% dengan faktor lain, sisanya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : ulasan pelanggan *Online*; Kepercayaan; ketersediaan produk; keputusan pembelian, MS Glow.

ABSTRACT

As of Today, technological developments have included buying and selling activities which result in buyers having to pay attention to several aspects before, namely by paying attention to Customer Reviews, because it is difficult to build trust in making purchases without face to face, with the variety and availability of products increasing the options of buyers, may or may not improve purchasing decisions especially purchases made at Ms Glow Batam. This research is a quantitative study with a population of buyers who make purchases at Ms Glow, a sample of 283 samples. This research concludes that Online Customer Reviews have an effect on Purchasing Decisions, Trust has an effect on Purchasing Decisions, no effect has been found on Product Availability on purchasing decisions, and Online Customer Reviews, Trust, Product Availability have a simultaneous and significant effect on the Purchase Decision of MS Glow in Batam City. The adjusted R square is 0.66 or 65.8%. This value shows how well the independent variable can explain the dependent variable, which is 65.8% with other factors, the remaining 34.2% is influenced by other variables.

Keywords: *Online Customer Review; Product Availability; Purchasing Decision; Trust, Ms Glow*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putra Batam;
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kepala kantor dan Staff MS Glow yang turut membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan dalam penyusunan proposal.
7. Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dukungan, semangat.
8. Teman-teman yang memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan proposal penelitian sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
9. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan proposal penelitian ini, yang tidak dapat disebut satu persatu.

Semoga Tuhan YME membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufiknya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Batam, 30 Januari 2023



Desri Yeni Sinaga



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 <i>Online Costumer Review</i>	9
2.1.2 Kepercayaan	12
2.1.3 Ketersediaan Produk.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	27
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Hipotesis	43
BAB III	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Sifat Penelitian	44
3.3 Lokasi dan waktu Penelitian	45
3.3.1 Tempat Penelitian	45
3.3.2 Periode Penelitian.....	45
3.4 Populasi Dan Sampel	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	46
3.4.3 Teknik Sampeling.....	47

3.5 Sumber Data.....	47
3.5.1 Sumber Data Primer	47
3.5.2 Sumber Data Sekunder.....	48
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6.1 Alat Pengumpulan Data	48
3.7 Operasional Variabel.....	49
3.8 Metode Analisis Data.....	50
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.8.2 Uji Kualitas Data	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.8.4 Uji Pengaruh.....	56
3.9 Uji Hipotesis	57
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	57
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	58
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.4.1 Sejarah MS Glow.....	60
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.2.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2 Karakteristik berdasarkan Usia	61
4.2.3 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.4 Karakteristik berdasarkan Pendapatan	62
4.2.5 Karakteristik berdasarkan lama mengetahui MS Glow	63
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i>	63
4.3.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	65
4.3.3 Deskripsi Variabel Ketersediaan Produk	66
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif	68
4.4.2 Uji Kualitas Data	69
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.5 Pengujian Hipotesis	75
4.5.1 Analisis Linear Berganda.....	75
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	76
4.5.3 Uji T	77
4.5.4 Uji F	77
4.6 Pembahasan.....	78
4.6.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	78
4.6.3 Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.6.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> , Kepercayaan dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	79
BAB V.....	82

KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahap-tahap keputusan pembelian	29
Gambar 2. 2 Bagan proses tahap keputusan	31
Gambar 2. 3 Kerangka pemikiran.....	43
Gambar 4. 1 Grafik Histogram	72
Gambar 4. 2 Normal p-plot.....	72
Gambar 4. 3 Normal Scatterplot.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	45
Tabel 3. 2. Skala Likert	49
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3. 4 Range Validitas	52
Tabel 3. 5 indeks koefisien realibilitas.....	53
Tabel 3. 6 Pedoman Dalam Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	57
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin	61
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia	61
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4. 5 Responden berdasarkan lama mengetahui MS Glow.....	63
Tabel 4. 6 Deskripsi variabel <i>Online Customer Review</i>	63
Tabel 4. 7 Deskripsi variabel Kepercayaan.....	65
Tabel 4. 8 Deskripsi variabel Ketersediaan Produk	66
Tabel 4. 9 Deskripsi variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4. 10 Hasil uji analisis deskriptif.....	68
Tabel 4. 11 Validitas variabel <i>Online Customer Review</i>	69
Tabel 4. 12 Validitas variabel Kepercayaan.....	69
Tabel 4. 13 Validitas variabel Ketersediaan Produk	70
Tabel 4. 14 Validitas variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 15 Uji reliabilitas	71
Tabel 4. 16 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....	73
Tabel 4. 17 Hasil uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 18 Hasil uji Analisis Linear Berganda	75
Tabel 4. 19 Hasil uji Koefisien Determinan.....	76
Tabel 4. 20 Hasil uji t	77
Tabel 4. 21 Hasil uji F	77

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	46
Rumus 3. 2 Rentang Skala	51
Rumus 3. 3 <i>Pearson Product Moment</i>	52
Rumus 3. 4 <i>Cronbach's Alpha</i>	53
Rumus 3. 5 Regresi Linier.....	56
Rumus 3. 6 Rumus uji-t.....	58
Rumus 3. 7 Uji-F.....	59