

**PENGARUH IKLAN ULASAN PRODUK DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA *ONLINE* DITOKOPEDIA**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Ijawati Sidabutar  
180910438**

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

**PENGARUH IKLAN ULASAN PRODUK DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA *ONLINE* DITOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Ijawati Sidabutar  
180910438**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ijawati Sidabutar

NPM : 180910438

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Iklan Ulasan Produk Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Ditokopedia”**

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, 27 Januari 2023



**Ijawati Sidabutar**  
180910438

---

**PENGARUH IKLAN ULASAN PRODUK DAN  
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA *ONLINE* DITOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Ijawati Sidabutar  
180910438**

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

**Batam, 27 Januari 2023**



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Penelitian ini dapat memberikan tujuan untuk menganalisis bagaimana iklan ulasan produk serta keamanan dapat memberikan pengaruh yang secara parsial ataupun secara simultan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. Jenis pada penelitian dapat menggunakan jenis penelitian yang merupakan deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif, populasi yang dipergunakan merupakan pembeli yang pernah membeli produk secara online di Tokopedia yang tidak dapat diketahui jumlah pastinya dengan teknik penentuan besar sampel menggunakan rumus *lameshow* dengan hasil perhitungan 110 responden. Dengan menggunakan sumber data yang terdiri dari sumber data primer serta sumber data sekunder. Dalam metode analisis data dapat menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t dan uji f. Berdasarkan temuan penelitian terdapat hubungan secara parsial dengan positif serta antara iklan ulasan produk terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia dengan besar pengaruh sebesar 46,6%. Kemudian terdapat hubungan secara parsial dengan positif serta antara keamanan produk terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia dengan besar pengaruh sebesar 12,6%. Selanjutnya terdapat hubungan secara simultan dengan positif serta signifikan antara iklan ulasan produk dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia dengan besar pengaruh sebesar 77,9%.

**Kata Kunci:** Iklan Ulasan Produk, Keamanan, Keputusan Pembelian.

## ***ABSTRACT***

*This research can provide the objective of analyzing how product and safety review advertisements can have a partial or simultaneous influence on online purchasing decisions at Tokopedia. This type of research can use this type of research which is descriptive with quantitative research methods, the population used is buyers who have purchased products online at Tokopedia whose exact number cannot be known with the technique of determining the sample size using the lameshow formula with the results of calculating 110 respondents. By using data sources consisting of primary data sources and secondary data sources. In the data analysis method, validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis (R<sup>2</sup>), t test and f test can be used. Based on the research findings, there is a partial and positive relationship between product review advertisements and online purchasing decisions at Tokopedia with a large influence of 46.6%. Then there is a partial and positive relationship between product safety and online purchasing decisions at Tokopedia with a large influence of 12.6%. Furthermore, there is a simultaneous positive and significant relationship between product review advertising and security on online purchasing decisions at Tokopedia with a large influence of 77.9%.*

***Keywords:*** *Product Review Advertising, Purchase Decision, Safety.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden pengguna Tokopedia yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 27 Januari 2023



Ijawati Sidabutar





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Iklan Ulasan Produk .....	9
2.1.1.1 Pengertian Iklan.....	9
2.1.1.2 Alat Periklanan.....	10
2.1.1.3 Fungsi Periklanan.....	11
2.1.1.4 Indikator Iklan Ulasan Produk .....	13
2.1.2 Keamanan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Keamanan.....	13
2.1.2.2 Faktor Keamanan .....	15
2.1.2.3 Aspek Keamanan.....	15
2.1.2.4 Indikator Keamanan .....	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.3 Tahapan Keputusan Pembelian .....	21
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3.1 Pengaruh Iklan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Pengaruh Iklan Ulasan Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

3.1	Jenis Penelitian .....	32
3.2	Sifat Penelitian .....	32
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian .....	33
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	33
3.3.2	Periode Penelitian.....	33
3.4	Populasi dan Sampel .....	34
3.4.1	Populasi .....	34
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	34
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	35
3.5	Sumber Data .....	36
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.7.1	Variabel Independen (X).....	37
3.7.2	Variabel Dependen (Y) .....	38
3.8	Metode Analisis Data .....	39
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif .....	39
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	40
3.8.2.1	Uji Validitas .....	40
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	42
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas .....	43
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	43
3.8.4	Uji Pengaruh.....	44
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
3.9	Uji Hipotesis.....	45
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	45
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	49
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	49
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	51
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	51
4.3.1	Deskriptif Iklan Ulasan Produk (X1) .....	52
4.3.2	Deskriptif Keamanan (X2).....	53
4.3.3	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.4	Analisis Data .....	54
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	54
4.4.1.1	Uji Validitas .....	54
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.4.2	Uji Asumsi Klasik .....	57
4.4.2.1	Uji Normalitas .....	57

4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	59
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	60
4.4.3 Uji Pengaruh.....	61
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
4.5 Uji Hipotesis.....	63
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	63
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....	64
4.6 Pembahasan.....	65
4.6.1 Pengaruh Iklan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.6.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.6.3 Pengaruh Iklan Ulasan Produk Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70
<b>Lampiran 1. Pendukung Penelitian</b>	
<b>Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup</b>	
<b>Lampiran 3. Surat Izin Penelitian</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	30
<b>Gambar 4.1</b> Logo Tokopedia.....	48
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	57
<b>Gambar 4.3</b> Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal P-P Plot</i> .....	58
<b>Gambar 4.4</b> Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Tokopedia.....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	27
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	33
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kuesioner.....	37
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	38
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	40
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	51
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	52
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif Iklan Ulasan Produk.....	52
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif Keamanan.....	53
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif Keputusan Pembelian.....	54
<b>Tabel 4.9</b> Uji Validitas Iklan Ulasan Produk (X1).....	55
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas Keamanan (X2).....	55
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
<b>Tabel 4.12</b> Uji Reliabilitas.....	56
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	58
<b>Tabel 4.14</b> Uji Multikolinearitas .....	59
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	61
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji t (Parsial).....	63
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji f (Simultan).....	64

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus <i>Lameshow</i> .....	34
<b>Rumus 3. 2</b> Rentang Skala .....	39
<b>Rumus 3.3</b> <i>Product Moment</i> .....	41
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Cronbach</i> .....	41
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linier Berganda .....	44
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	45
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	46
<b>Rumus 3.8</b> Uji f.....	47