

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-  
COMMERCE* SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Susi Angelina Nasution**

**190910323**

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

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-  
COMMERCE* SHOPEE DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Susi Angelina Nasution**

**190910323**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Susi Angelina Nasution  
Npm : 190910323  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh *Online Customer Review*, Promosi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Di Kota Batam”**

Adalah benar hasil karya saya 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 didalam 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Juli 2023



**Susi Angelina Nasution**

190910323

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
PROMOSI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-  
COMMERCE SHOPEE* DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Susi Angelina Nasution  
190910323**

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

**Batam, 28 Juli 2023**



**Asron Saputra, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan agar bisa diketahui pengaruh dari *online customer review*, promosi, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Pembelian saat ini tidak hanya terjadi saat pembeli bertatap muka langsung dengan penjual, namun belanja online ialah pilihan yang menjanjikan mengingat kemudahannya. Pengujian ini memakai metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui google form yang penyebarannya kepada 399 jumlah sampel yang berdomisili di Batam dan sudah melakukan transaksi pembelian di Shopee dan kemudian metode yang dipakai ialah *purposive sampling*, informasi tersebut kemudian diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil yang kemudian didapat dari penelitian ini ialah *Online Customer Review* memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee di Batam. Promosi juga memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee di Kota Batam. Kemudahan Penggunaan pun memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee di Kota Batam. *Online Customer Review*, Kemudahan, dan Promosi, memiliki pengaruh secara simultan, positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee di Kota Batam.

**Kata Kunci:** *Online Customer Review*, Promosi, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

## ***ABSTRACT***

*This research was conducted to determine the effect of online customer reviews, promotions, and ease of use on purchasing decisions for e-commerce Shopee in Batam City. Today purchases do not only occur outside the network, but online is a promising alternative considering its practicality. The research uses a quantitative method by distributing questionnaires via Google form to 399 samples who live in Batam and have made purchases at Shopee as well as by determining the sample using the purposive sampling method, the data is then processed using SPSS version 26. The results of this study are that Online Customer Reviews have a significant effect positive and significant impact on Shopee E-Commerce Purchasing Decisions in Batam. Promotion has a positive and significant effect on Shopee E-Commerce Purchasing Decisions in Batam City. Ease of Use has a positive and significant effect on Shopee E-Commerce Purchasing Decisions in Batam City. Online Customer Reviews, Convenience, and Promotions, have a simultaneous, positive and significant influence on Shopee E-Commerce Purchasing Decisions in Batam City.*

**Keywords:** *Online Customer Reviews, Promotions, Ease Of Use, Customer Purchase Decisions*

## KATA PENGANTAR

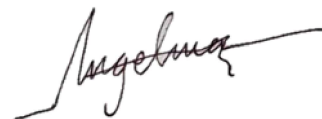
Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga 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 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 Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Ketua Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan rekan yang telah meberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkanberkat-Nya.

Batam, 24 Juli 2023



Susi Angelina Nasution  
190910323





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	10
1.3    Batasan Masalah.....	11
1.4    Rumusan Masalah .....	11
1.5    Tujuan Penelitian.....	12
1.6    Manfaat penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1.    Kajian Teori.....	15
2.1.1 <i>Online Customer Review</i> .....	15
2.1.2    Promosi .....	17
2.1.3    Kemudahan Penggunaan.....	21
2.1.4    Keputusan Pembelian .....	24
2.2.    Penelitian Terdahulu.....	26
2.3.    Kerangka Pemikiran .....	28
2.4.    Hipotesis Penelitian.....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	33
3.2. Sifat Penelitian .....	33
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian .....	33
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2 Periode Penelitian.....	33
3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	35
3.4.3 Teknik Sampling .....	36
3.5. Sumber Data .....	37
3.5.1 Data Primer .....	37
3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.6. Metode Pengumpulan data .....	37
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
3.7.1 Variabel Bebas (Indenpenden).....	38
3.7.2 Variabel Dependen.....	39
3.8. Metode Analisis Data .....	40
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	40
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	41
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.4 Uji Pengaruh .....	45
3.9. Uji Hipotesis.....	47
3.9.1 Uji t (Regresi Parsial).....	47
3.9.2 Uji Simultan (F) .....	48

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	52
4.2.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin .....	52
4.2.2 Karakteristik berdasarkan usia .....	52
4.2.3 Karakteristik berdasarkan pendidikan.....	53
4.2.4 Karakteristik berdasarkan frekuensi belanja .....	54
4.2.5 Karakteristik berdasarkan penghasilan .....	54
4.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	55
4.3.1 Deskripsi Variabel Online Customer Review .....	55
4.3.2 Deskripsi Variabel Promosi .....	56
4.3.3 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan.....	57
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.4. Analisis Data .....	60
4.4.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	60
4.4.2 Uji Kualitas Data.....	61
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	64
4.5. Uji Pengaruh.....	67
4.5.1 Analisis Linear Berganda.....	67
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi .....	69
4.6. Uji Hipotesis.....	70
4.6.1 Uji t .....	70
4.6.2 Uji F .....	71
4.7. Pembahasan .....	71

4.7.1.	Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.2.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian	72
4.7.4.	Pengaruh Online Customer Review, Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian .....	73
4.8.	Implikasi Penelitian .....	73
4.8.1.	Impilkasi Teoritis .....	73
4.8.2.	Implikasi Praktis .....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>78</b>
5.1.	Simpulan.....	78
5.2.	Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>
	Lampiran 1. Pendukung Penelitian .....	88
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup .....	132
	Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	133

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	31
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram .....	64
<b>Gambar 4.2</b> Normal p-plot .....	65

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Urutan dari Banyaknya Kunjungan Pada Online Marketplace Yang Ada di Indonesia Kuartal I tahun 2023 .....	3
<b>Tabel 1.2</b> Data hasil mini survei Online Customer Review pada E-Commerce Shopee di Kota Batam Tahun 2023 .....	4
<b>Tabel 1.3</b> Data hasil mini survei Promosi pada E-Commerce Shopee di Kota Batam Tahun 2023 .....	6
<b>Tabel 1.4</b> Data hasil mini survei Kemudahan Penggunaan pada E-Commerce Shopee di Kota Batam Tahun 2023 .....	7
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian terdahulu .....	27
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....	34
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likter .....	38
<b>Tabel 3.3</b> Variabel Operasional .....	39
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala .....	41
<b>Tabel 4.1</b> Responden berdasarkan jenis kelamin .....	52
<b>Tabel 4.2</b> Responden berdasarkan usia .....	52
<b>Tabel 4.3</b> Responden berdasarkan pendidikan .....	53
<b>Tabel 4.4</b> Responden berdasarkan frekuensi belanja .....	54
<b>Tabel 4.5</b> Responden berdasarkan penghasilan .....	54
<b>Tabel 4.6</b> Deskripsi variabel <i>Online Customer Review</i> .....	55
<b>Tabel 4.7</b> Deskripsi variabel Promosi .....	56
<b>Tabel 4.8</b> Deskripsi variabel Kemudahan Penggunaan .....	58
<b>Tabel 4.9</b> Deskripsi variabel Keputusan Pembelian .....	59
<b>Tabel 4.10</b> Hasil uji analisis deskriptif .....	60
<b>Tabel 4.11</b> Validitas variabel <i>Online Customer Review</i> .....	61
<b>Tabel 4.12</b> Validitas variabel Promosi .....	61

<b>Tabel 4.13</b> Validitas variabel Kemudahan Penggunaan.....	62
<b>Tabel 4.14</b> Validitas variabel Keputusan Pembelian.....	63
<b>Tabel 4.15</b> Uji reliabilitas .....	63
<b>Tabel 4.16</b> Hasil uji Kolmogorov-Smirnov.....	65
<b>Tabel 4.17</b> Hasil uji Multikolinearitas.....	66
<b>Tabel 4.18</b> Hasil uji Park-Gleyser .....	67
<b>Tabel 4.19</b> Hasil uji Analisis Linear Berganda .....	67
<b>Tabel 4.20</b> Hasil uji Koefisien Determinan.....	69
<b>Tabel 4.21</b> Hasil uji t.....	70
<b>Tabel 4.22</b> Hasil uji F .....	71



## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin.....	35
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	40
<b>Rumus 3.3</b> Rumus Uji Validitas.....	42