

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, RATING PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

**Erdyansyah
200910224**

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

2024

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, RATING PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Erdyansyah
200910224**

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

2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Erdyansyah
NPM : 200910224
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, RATING PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA LAZADA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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, 17 Januari 2024



Erdyansyah
200910224

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, RATING PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA LAZADA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

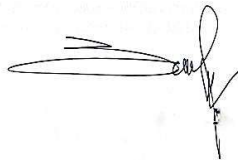
**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Erdyansyah
200910224**

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

Batam, 17 Januari 2024



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dampak kepuasan pelanggan, rating pelanggan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian dilakukan di Kota Batam pada tahun 2023 dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi terdiri dari 204 orang yang dipilih melalui *random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana dibuktikan oleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Demikian pula, rating pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, didukung oleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu, kepercayaan ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, rating pelanggan, dan kepercayaan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Analisis statistik menunjukkan hubungan yang signifikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000, yang lebih rendah dari ambang batas 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar 67,533 melebihi nilai kritis 2,65 berdasarkan tabel F. Nilai R Square sebesar 0,503 menyoroti dampak keputusan pembelian, rating pelanggan, dan kepercayaan. Sisanya sebesar 49,7% disebabkan oleh variabel lain dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan; rating pelanggan; kepercayaan; keputusan pembelian

ABSTRACT

The aim of this research is to investigate the impact of customer satisfaction, customer ratings, and trust on consumer purchasing decisions. The study was conducted in Batam City in 2023 using a quantitative research design. The population consisted of 204 individuals selected through random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The research findings indicate that customer satisfaction has a positive and significant impact on purchase decisions, as evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$. Similarly, customer ratings exhibit a significant positive influence on purchase decisions, supported by a significance value of $0.000 < 0.05$. Additionally, trust was found to have a significant positive impact on purchase decisions, with a significance value of $0.002 < 0.05$. The research findings demonstrate that customer satisfaction, customer ratings, and trust significantly impact purchase decisions. Statistical analysis indicates a significant relationship with a significance value of 0.000, which is below the threshold of 0.05. Moreover, the calculated F value of 67.533 surpasses the critical value of 2.65 based on the F table. The R Square value of 0.503 highlights the impact of purchase decisions, customer ratings, and trust. The remaining 49.7% is attributed to other variables within this research.

Keywords: *Customer satisfaction; customer ratings; trust; purchase decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada 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 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 terimakasih 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 Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S. Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang sudah memberikan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan serta bimbingan kepada penulis;
7. Kedua orang tua saya, kakak dan keluarga besar saya yang telah mendukung dalam doa dan memberikan semangat dalam segala hal;
8. Rekan - rekan yang selalu memberikan semangat dan masukan selama penyusunan tugas akhir terutama Despiana Pitri, Irenius Pandi, Shaha, Marcelina, Rio Chandra, Duna Yulianti, Jhovie Pratama, Elsa Wulandari, Khai;
9. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Batam, 17 Januari 2024



Erdyansyah



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMANJUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2 Rating Pelanggan	18
2.1.3 Kepercayaan Pelanggan	21
2.1.4 Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Hubungan Rating Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	31

2.3.3	Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Sifat Penelitian	34
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	34
3.2.1	Lokasi Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	36
3.4.3	Teknik Sampling	37
3.5	Sumber Data.....	37
3.6	Metode Pengumpulan Data	38
3.7.1	Variabel Independen	39
3.7.2	Variabel Dependen.....	40
3.8	Metode Analisis Data.....	41
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.4	Uji Pengaruh.....	47
3.9	Uji Hipotesis.....	48
3.9.1	Uji T	48
3.9.2	Uji F.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	50
4.2.1	Data Persentase Jenis Kelamin Responden.....	51
4.2.2	Data Persentase Usia Responden	51
4.2.3	Data Penghasilan Perbulan.....	52
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	53
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Variabel (X1) Kepuasan Pelanggan	53
4.3.2	Deskriptif Jawaban Responden Variabel (X2) Rating Pelanggan	55
4.3.3	Deskriptif Jawaban Responden Variabel (X3) Kepercayaan	57

4.3.4	Deskriptif Jawaban Responden Variabel (Y) Keputusan Pembelian	58
4.4	Analisis Data	61
4.4.1	Hasil Uji Kualitas Data	61
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.5	Hasil Uji Hipotesis	69
4.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.5.3	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
4.5.4	Hasil Uji F Simultan.....	73
4.6	Pembahasan.....	74
4.6.1	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Lazada di Kota Batam	74
4.6.2	Pengaruh Rating Pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Lazada di Kota Batam	75
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Lazada di Kota Batam	76
4.6.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Rating Pelanggan dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Pengguna Lazada di Kota Batam.....	77
4.7	Implikasi Penelitian.....	77
4.7.1	Implikasi Teoritis	78
4.7.2	Implikasi Praktis.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		81
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pengguna E-commerce di Indonesia Tahun 2018-2027* (Estimasi)	2
Gambar 1.2 Rata-Rata Pengunjung Bulanan <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2018-2022	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Logo <i>E-commerce</i> Lazada	50
Gambar 4.1 Grafik Histrogram.....	66
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot of Regression Standardized Residual	66
Gambar 4.3 Grafik Scatter-plot	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 E-commerce Pilihan Pengguna Berdasarkan Riset Snapcart Perilaku Belanja Online Maret 2023	5
Tabel 1.2 Review Pengguna Aplikasi Lazada pada Laman Play Store.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	42
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	52
Tabel 4.4 Lama menggunakan Aplikasi Lazada	53
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel X_1	54
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel X_2	55
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel X_3	57
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Y.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X_1)	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3).....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji F Simultan.....	74

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Jacob Cohen	36
Rumus 3.2 Rentang Skala	41
Rumus 3.3 Product moment angka dasar	42
Rumus 3.4 Conbranch Alpha	44
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	47
Rumus 3.6 Rumus Koefisien Determinasi	48
Rumus 3.7 T hitung	48
Rumus 3.8 T hitung	49