

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM, DAN *CUSTOMER RATING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* DI
TIKTOK**

SKRIPSI



**Oleh:
Rahman
190910092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM, DAN *CUSTOMER RATING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* DI
TIKTOK**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Rahman
190910092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rahman

NPM : 190910092

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"Pengaruh Kemudahan Akses, Promo Gratis Ongkos Kirim, Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Di TikTok"

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, 19 Januari 2024



Rahman
190910092

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM, DAN *CUSTOMER RATING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* DI
TIKTOK**

SKRIPSI

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

**Oleh
Rahman
190910092**

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

Batam, 19 Januari 2024



**Nora Pitri Nainggolan. S.E., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses, promo gratis ongkos kirim, dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian *fashion* di TikTok. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini terdiri dari individu yang menggunakan TikTok dan telah terlibat dalam pembelian produk *fashion* di Kota Batam pada tahun 2023. Teknik penentuan sampel didasari dengan *Lameshow* yang menghasilkan 100 responden yang ditarik dengan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, yang kemudian diuji melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kemudahan akses memberikan pengaruh sebesar 19,1% terhadap keputusan pembelian. Promo gratis ongkos kirim memberikan pengaruh sebesar 35,8% terhadap keputusan pembelian. *Customer rating* memberikan pengaruh sebesar 34,2% terhadap keputusan pembelian. Temuan analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebesar 74,9% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kemudahan akses, promo gratis ongkos kirim dan *customer rating*. Hasil uji t dan uji F menemukan bahwa kemudahan akses, promo gratis ongkos kirim, dan *customer rating* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial atau secara simultan terhadap keputusan pembelian *fashion* di TikTok.

Kata Kunci: *Customer Rating*, Kemudahan Akses, Keputusan Pembelian. Promo Gratis Ongkos Kirim.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of ease of access, free shipping promos, and customer ratings on fashion purchasing decisions on TikTok. The approach used in this research is quantitative with descriptive research type. The population of this study consists of individuals who use TikTok and have been involved in purchasing fashion products in Batam City in 2023. The sampling technique was based on Lameshow which resulted in 100 respondents drawn using purposive sampling. The data analysis method used is multiple linear regression, which is then tested through data quality testing, classical assumption testing, influence testing and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis show that ease of access has an influence of 19.1% on purchasing decisions. The free shipping promo had an influence of 35.8% on purchasing decisions. Customer ratings have an influence of 34.2% on purchasing decisions. The findings of the analysis of the coefficient of determination (R^2) show that 74.9% of the variation in purchasing decision variables can be explained by ease of access, free shipping promos and customer ratings. The results of the t test and F test found that ease of access, free shipping promos, and customer ratings had a positive and significant effect, either partially or simultaneously, on fashion purchasing decisions on TikTok.

Keywords: *Customer Rating, Ease of Access, . Free Shipping Promo, Purchase Decision.*

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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. 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 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, 19 Januari 2024



Rahman



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Secara Teoritis.....	9
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Kemudahan Akses.....	12
2.1.1.1 Pengertian Kemudahan Akses.....	12
2.1.1.2 Faktor Kemudahan Akses	13
2.1.1.3 Indikator Kemudahan Akses	14
2.1.2 Promo Gratis Ongkos Kirim	15
2.1.2.1 Pengertian Promo Gratis Ongkos Kirim	15
2.1.2.2 Tujuan Promo Gratis Ongkos Kirim	17
2.1.2.3 Indikator Promo Gratis Ongkos Kirim.....	18
2.1.3 <i>Customer Rating</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Customer Rating</i>	19
2.1.3.2 Faktor <i>Customer Rating</i>	20
2.1.3.3 Indikator <i>Customer Rating</i>	21
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	24
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2 Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian .	31
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32

2.4	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Sifat Penelitian	34
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	35
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.3.2	Periode Penelitian.....	35
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	36
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	37
3.5	Sumber Data.....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data	39
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.7.1	Variabel Independen (X).....	40
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	40
3.8	Metode Analisis Data	41
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	41
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	43
3.8.2.1	Uji Validitas	43
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.3.1	Uji Normalitas	45
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	46
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	47
3.8.4	Uji Pengaruh.....	47
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.9	Uji Hipotesis.....	49
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	49
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Deskriptif Kemudahan Akses (X1)	57
4.3.2	Deskriptif Promo Gratis Ongkos Kirim (X2).....	58
4.3.3	Deskriptif <i>Customer Rating</i> (X3).....	59
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.4	Analisis Data	62
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	62

4.4.1.1 Uji Validitas	62
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	65
4.4.2.1 Uji Normalitas	65
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	68
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	69
4.4.3 Uji Pengaruh.....	70
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.5 Pengujian Hipotesis.....	73
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	73
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	74
4.6 Pembahasan.....	75
4.6.1 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.2 Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian .	76
4.6.3 Pengaruh <i>Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.6.4 Pengaruh Kemudahan Akses, Promo Gratis Ongkos Kirim Dan <i>Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Negatif Pada TikTok	3
Gambar 1.2 <i>Customer Rating</i> Pada TikTok Shop	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	52
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Histogram	66
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	67
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Persaingan Promo Gratis Ongkos Kirim Pada <i>E-Commerce</i> Indonesia.	4
Tabel 1.2 Persaingan Jumlah Transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	6
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	39
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	43
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	56
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	57
Tabel 4.6 Deskriptif Kemudahan Akses.....	57
Tabel 4.7 Deskriptif Promo Gratis Ongkos Kirim	58
Tabel 4.8 Deskriptif <i>Customer Rating</i>	59
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Kemudahan Akses (X1).....	62
Tabel 4.11 Uji Validitas Promo Gratis Ongkos Kirim (X2)	63
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Customer Rating</i> (X3).....	63
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	68
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	75

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lameshow</i>	36
Rumus 3.2 Rentang Skala	42
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	43
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	45
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	48
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	49
Rumus 3.7 Uji t	50
Rumus 3.8 Uji f.....	51