

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER  
REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**Yonathan Crismono Permadi**

**11190680**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER  
REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA**

**HALAMAN JUDUL**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana**

**Manajemen (S.M)**



**Disusun oleh:**

**Yonathan Crismono Permadi**

**11190680**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGAJUAN**

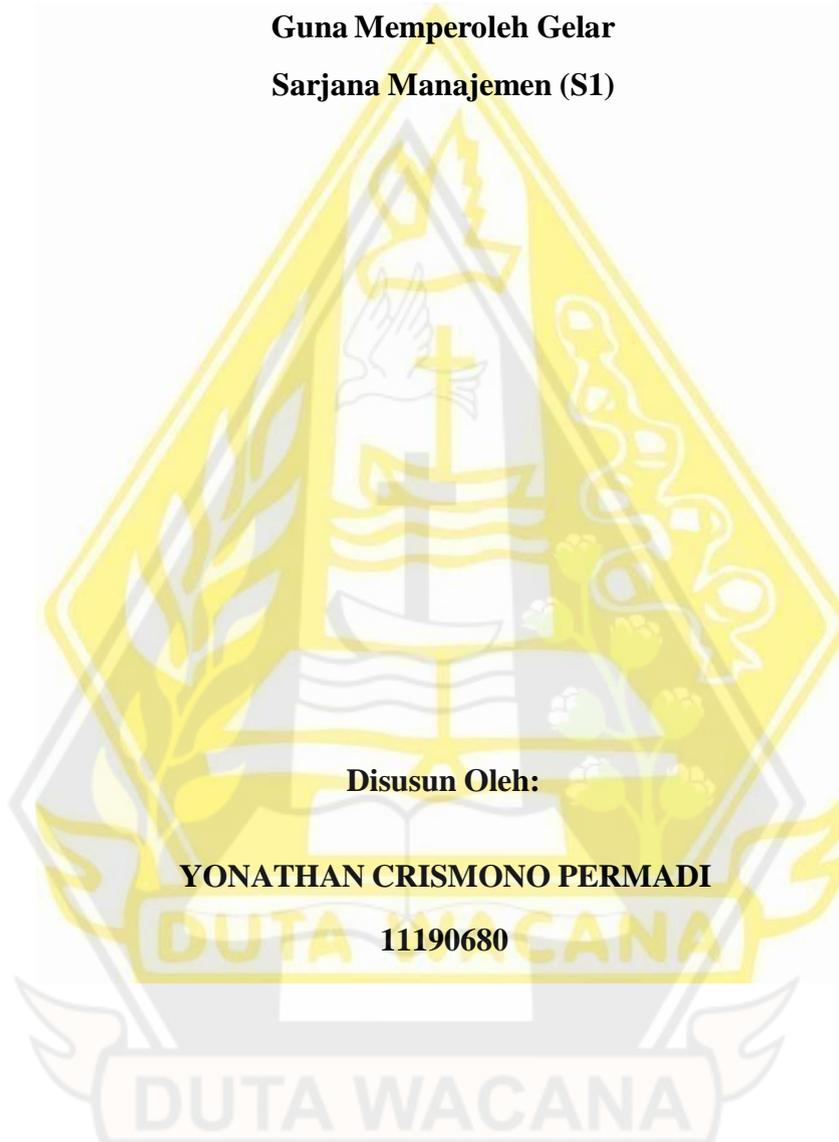
**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**Untuk Memenuhi Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen (S1)**



**Disusun Oleh:**

**YONATHAN CRISMONO PERMADI**

**11190680**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yonathan Crismono Permadi  
NIM : 11190680  
Program studi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi (tulis salah satu)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE  
DI KOTA YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 3 Juli 2023

Yang menyatakan



(Yonathan Crismono Permadi)  
NIM.11190680



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER  
REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**YONATHAN CRISMONO PERMADI**

**11190680**

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 27 Juni 2023

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min :   
(Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM :   
(Dosen Penguji)
3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M, Ec., Dev :   
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta, 03 JUL 2023...

**Disahkan Oleh:**

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang Sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

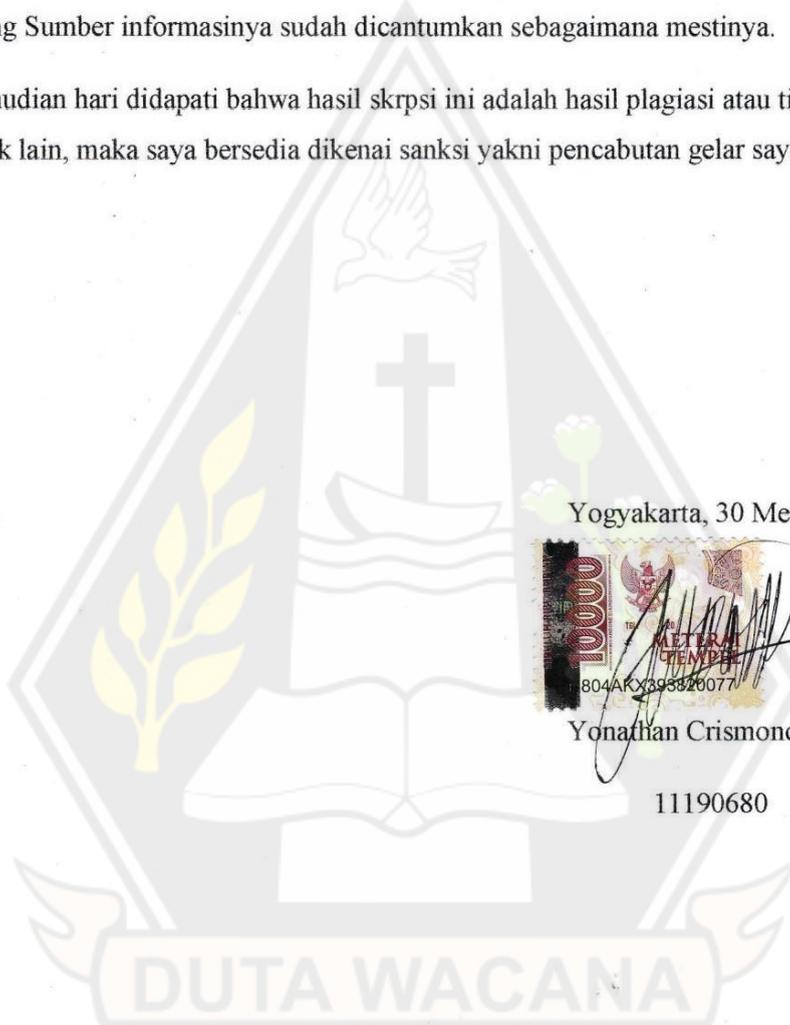
Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 30 Mei 2023



Yonathan Crismono Permadi

11190680



## HALAMAN MOTTO

Amsal 16:3

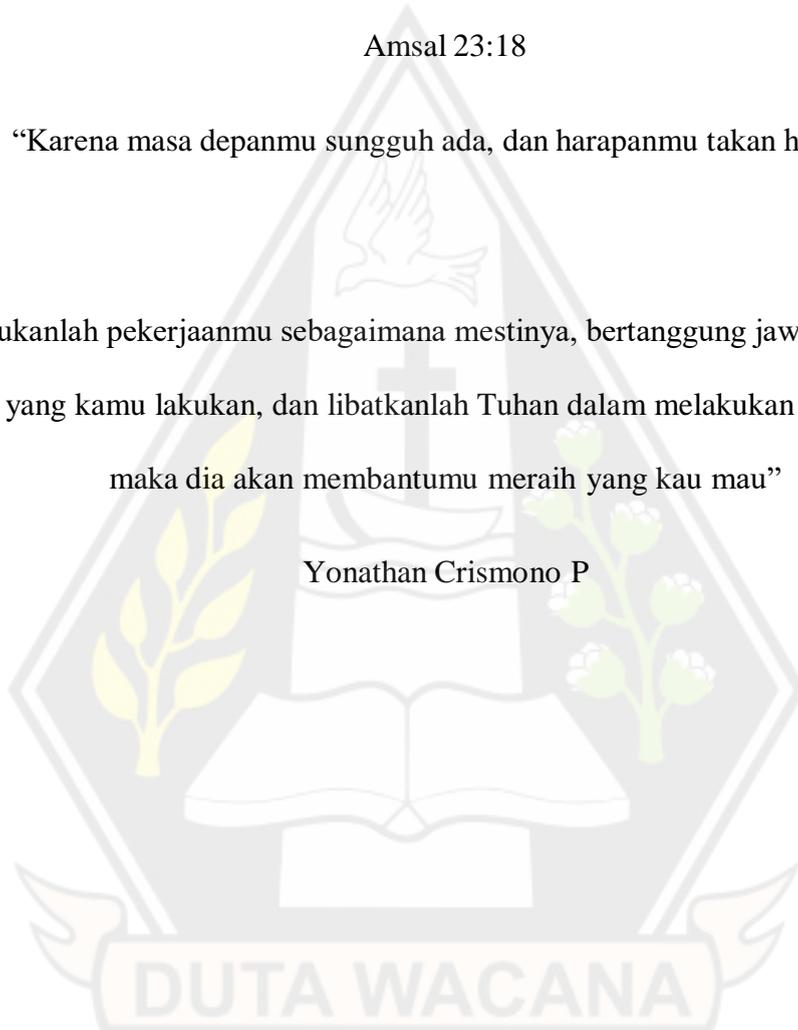
“Bukan aku yang kuat melainkan Tuhan yang mempermudah”

Amsal 23:18

“Karena masa depanmu sungguh ada, dan harapanmu takan hilang”

“Lakukanlah pekerjaanmu sebagaimana mestinya, bertanggung jawablah dalam apa yang kamu lakukan, dan libatkanlah Tuhan dalam melakukan segalanya, maka dia akan membantumu meraih yang kau mau”

Yonathan Crismono P

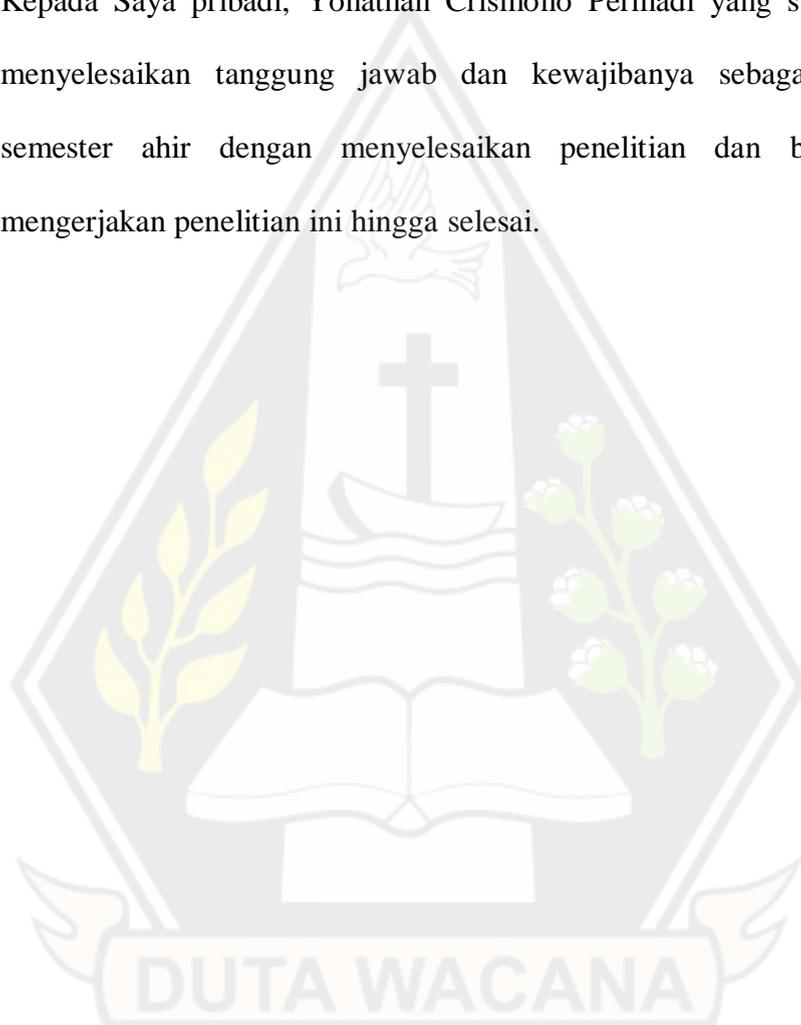


## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu memberi saran dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar. Terima kasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat anugrah dan berkat yang selalu diberikan kepada penulis, dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 serta diberi Kesehatan dan kemampuan dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi penulis dengan baik.
2. Kepada Orang Tua, yaitu Bapak Purwandi Irianto dan Ibu Surti Handayani, karena berkat doa, motivasi dan perhatian kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan dan meraih Pendidikan Strata 1
3. Kepada dosen pembimbing Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., yang telah membimbing dan mengajarkan penulis dalam setiap langkah pembuatan skripsi dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis yang akan berguna hingga kedepannya.
4. Kepada para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penulis, sehingga penulis mampu mengolah data yang sudah terkumpul berkat para responden
5. Kepada Keluarga besar saya yang mungkin tidak bisa saya sebutkan satu persatu, karena berkat dukungan dan dorongan mampu membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan penelitian skripsi dengan tepat waktu.

6. Kepada sahabat saya dari Alvredo Sibuea, Guido Lothar, Amin Tri Cahya Saputra, Mahanara Klawrans dan Ardita Maureen Chrisanta yang telah menemani saya berproses dari semester 1 hingga saat ini.
7. Kepada Adelina Sari yang sudah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya dari awal semester 1 hingga bisa menyelesaikan skripsi
8. Kepada Saya pribadi, Yonathan Crismono Permadi yang sudah berhasil menyelesaikan tanggung jawab dan kewajibanya sebagai mahasiswa semester ahir dengan menyelesaikan penelitian dan bekerja keras mengerjakan penelitian ini hingga selesai.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Rahman dan karunia yang begitu besar, sehingga saya selaku penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul, **“Pengaruh Kualitas Website dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Yogyakarta”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang jauh dari kesempurnaan baik dalam hal materi maupun penyusunan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam melancarkan penulis untuk menyelesaikan tanggung jawab skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di kedepannya.

Yogyakarta, 26 Mei 2023



Yonathan Crismono Permadi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Penelitian .....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan teori .....	8
2.1.1 Kualitas Website .....	8
Indikator Kualitas Website.....	10
2.1.2 Online customer review .....	10
Indikator Online Customer Review.....	12
2.1.3 Minat beli Konsumen.....	14
Indikator Minat Beli .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Model Penelitian.....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	19

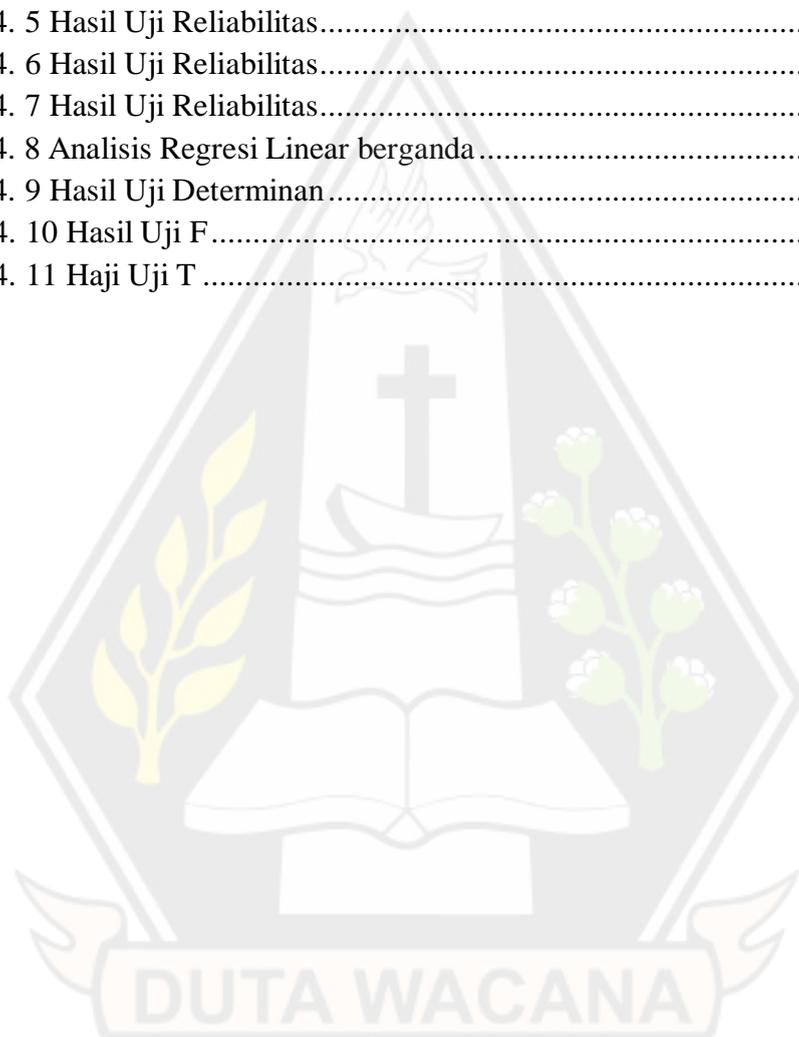
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 DATA DAN SUMBER.....</b>	<b>20</b>
3.1.1 Sumber Data.....	20
3.1.2 Pengumpulan Data.....	20
<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel.....	21
<b>3.3 Variabel penelitian.....</b>	<b>22</b>
3.3.1 Variabel Dependen.....	22
3.3.2 Variabel Independen.....	23
3.3.3 Devinisi Operasional Variabel.....	23
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
<b>3.4 Metode Analisis Data .....</b>	<b>25</b>
3.4.1 Uji Validitas .....	25
<b>3.5 Uji Hipotesis .....</b>	<b>26</b>
3.5.1 Analisis Regresi Linear berganda .....	26
3.5.2 Uji Determinan ( $R^2$ ).....	26
3.5.3 Uji F.....	27
3.5.4 Uji T .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
<b>4.1 Profil Responden .....</b>	<b>28</b>
<b>4.2 Uji Kualitas Data .....</b>	<b>30</b>
4.2.1 Uji Validitas .....	30
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
<b>4.3 Uji Hipotesis .....</b>	<b>33</b>
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
4.3.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
4.3.3 Hasil uji F .....	35
4.3.4 Hasil uji T.....	36
<b>4.4 Hasil Pembahasan .....</b>	<b>37</b>
4.4.1 Pengaruh Kualitas Website terhadap Minat Beli Konsumen.....	37
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>40</b>

<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>40</b>
<b>5.2</b>	<b>Keterbatasan.....</b>	<b>41</b>
<b>5.3</b>	<b>Saran .....</b>	<b>42</b>
<b>5.3.1</b>	<b>Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....</b>	<b>42</b>
<b>5.3.2</b>	<b>Bagi Perusahaan .....</b>	<b>42</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>
	<b>Lampiran 2 Data Kuisisioner.....</b>	<b>49</b>
	<b>Lampiran 4 Uji validitas dan reliabilitas.....</b>	<b>53</b>
	<b>UJI RELIABILITAS KUALITAS WEBSITE (X1).....</b>	<b>54</b>
	<b>UJI VALIDITAS ONLINE CUSTOMER REVIEW (X2) .....</b>	<b>54</b>
	<b>UJI RELIABILITAS ONLINE CUSTOMER REVIEW (X2) .....</b>	<b>55</b>
	<b>UJI VALIDITAS MINAT BELI KONSUMEN (Y).....</b>	<b>55</b>
	<b>UJI RELIABILITAS MINAT BELI KONSUMEN (Y) .....</b>	<b>56</b>
	<b>Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>56</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 4. 1 Profil Responden dari jenis kelamin .....	28
Tabel 4. 2 Profil responden dilihat dari usia.....	29
Tabel 4. 3 Profil responden berdasarkan pekerjaan .....	30
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas .....	31
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linear berganda.....	33
Tabel 4. 9 Hasil Uji Determinan.....	35
Tabel 4. 10 Hasil Uji F.....	35
Tabel 4. 11 Hasil Uji T .....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Marketplace yang sering dikunjungi pada tahun 2022 .....	2
Gambar 1. 2 contoh review di Marketplace Shopee .....	4



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	45
Lampiran 2 Data Kuisisioner .....	49
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	52
Lampiran 4 Uji validitas dan reliabilitas .....	53
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	56
Lampiran 6 Kartu Konsultasi .....	58
Lampiran 7 Halaman Persetujuan .....	59
Lampiran 8 Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	60
Lampiran 9 Formulir Revisi Judul Skripsi .....	61



**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ONLINE CUSTOMER  
REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**PADA MARKETPLACE SHOPEE  
DI KOTA YOGYAKARTA**

**Yonathan Crismono Permadi  
11190680**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana**

**[Yonathan.permadi@gmail.ukdw.ac.id](mailto:Yonathan.permadi@gmail.ukdw.ac.id)**

**ABSTRAK**

Studi ini memiliki tujuan guna untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas website dan juga online customer review terhadap minat beli konsumen pada marketplace Shopee di Kota Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan Teknik purposive sampling yaitu metode penentuan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Teknik analisis berupa uji regresi linear berganda dengan uji hipotesis yaitu uji determinan, uji T, dan uji F (Anova). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Website (X1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y), dan Online Customer Review mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Kata Kunci: Kualitas Website, Online Customer Review, Minat Beli

***EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND ONLINE CUSTOMERS  
REVIEW ON CONSUMER INTENTION TO BUY IN THE SHOPEE  
MARKETPLACE IN YOGYAKARTA CITY***

**Yonathan Crismono Permadi**

**11190680**

***Faculty of Business Management Study Program***

***Duta Wacana Christian University***

**[Yonathan.permadi@gmail.ukdw.ac.id](mailto:Yonathan.permadi@gmail.ukdw.ac.id)**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the influence of website quality and online customer reviews on consumer buying interest at the Shopee marketplace in the city of Yogyakarta. This study used a sample of 100 respondents who were taken using a purposive sampling technique, namely the method of determining the sample based on certain criteria. The analysis technique is in the form of multiple linear regression tests with hypothesis testing, namely the determinant test, T test, and F test (Anova). The results of this study indicate that Website Quality (X1) partially has a significant influence on Consumer Purchase Intention (Y), and Online Customer Reviews have a significant influence on Consumer Purchase Interest (Y).*

***Keywords : EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND ONLINE CUSTOMERS  
REVIEW, ON CONSUMER INTENTION***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

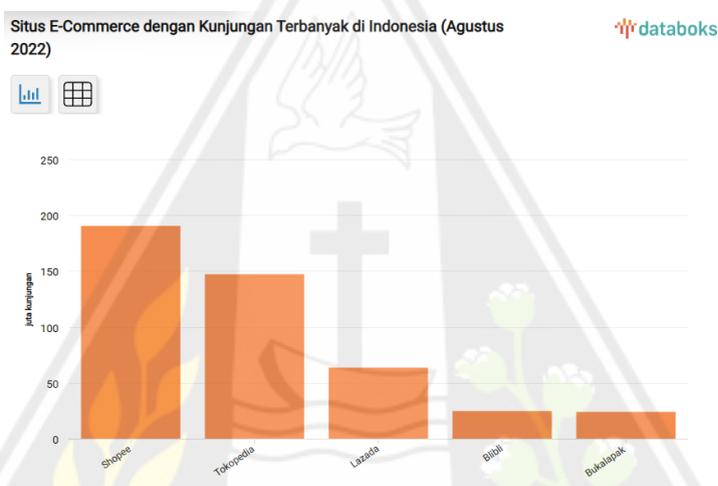
### **1.1 Latar Belakang**

Di era yang sudah semakin maju dan berkembang dalam dunia digital ini membuat masyarakat secara otomatis harus mengikuti perkembangan dalam dunia teknologi dan digital yang ada, karena dengan mengikuti perkembangan zaman yang serba modern ini dapat membantu mempermudah kegiatan dan aktivitas manusia. Untuk saat ini internet bukan hanya berfungsi untuk mencari informasi dan pengetahuan pada umumnya, namun kegiatan bisnispun mulai berkembang menggunakan internet, salah satu contohnya E-commerce, bahkan kegiatan jual beli menggunakan E-commerce saat ini menjadi sangat populer bagi kalangan masyarakat karena dirasa lebih efektif dan efisien, hanya dengan mengaplikasikannya pada smartphone atau komputer sudah bisa membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan/keinginan kita tanpa harus melakukan transaksi di lokasi atau toko secara langsung.

Pada saat ini sudah banyak sekali aplikasi toko online atau marketplace yang sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat untuk berbelanja kebutuhan atau keinginan, terutama bagi kaum remaja yang memang mempunyai hobi berbelanja. Sebelum melakukan transaksi pembelian pada suatu marketplace biasanya pengguna akan melakukan perbandingan kualitas website, harga, pelayanan dan testimoni dari pelanggan sebelumnya. Shopee merupakan salah satu aplikasi marketplace yang kini sudah banyak sekali pengguna untuk melakukan pembelian online, mulai dari fashion, elektronik, peralatan rumah tangga,

kebutuhan kantor atau sekolah dengan harga yang relatif murah dan proses transaksi cenderung mudah, serta proses pengiriman yang tepat waktu. Bagi marketplace Shopee kepercayaan antara pembeli dan penjual merupakan modal utama, dikarenakan kedua belah pihak tidak bertemu secara langsung.

Untuk saat ini Shopee masih menjadi marketplace dengan jumlah pengunjung terbanyak dengan adanya data sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Marketplace yang sering dikunjungi pada tahun 2022

Sumber : (Databoks 2022)

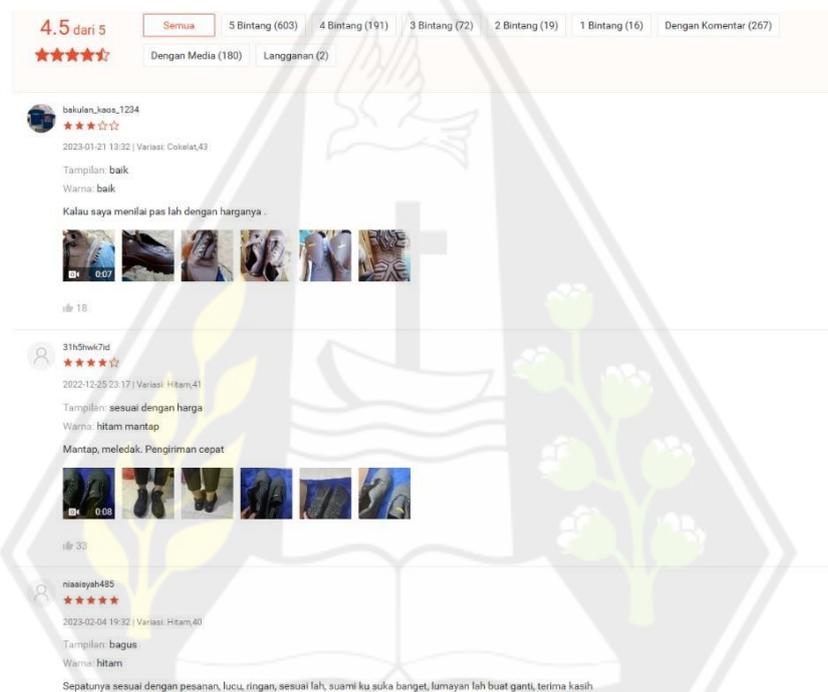
Berdasarkan data pada gambar 1.1 Menyatakan bahwa situs Shopee menjadi Marketplace yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 lalu dengan menerima 190,7 juta kunjungan di Indonesia. Angka ini meningkat 11,37% dibanding bulan Juli 2022 dimana kunjungan ke situs Shopee berjumlah 171,2 juta. Capaian tersebut menjadikan Shopee sebagai peringkat pertama pada situs E-commerce di Indonesia menurut Similarweb databoks per Agustus 2022. Persepsi konsumen dari segi kualitas website, segi harga, testimoni review dari pembeli merupakan faktor penting pada penjualan online. Saat calon konsumen akan melakukan pembelian online,

mereka akan melihat reputasi dari toko maupun dari sang marketplace tersebut, apakah barang yang dijual sesuai atau tidak, dapat dipercaya atau tidaknya mereka akan mengecek melalui review pelanggan yang sudah berbelanja di situs tersebut. Pelanggan berharap transaksi yang sudah mereka bayarkan untuk pembelian online tidak hilang begitu saja, dan mereka selalu berharap barang yang akan datang sesuai dengan ekspektasi mereka, dan sesuai dengan penjelasan sang penjual. Menurut penelitian dari Barnes & Vidgen pada tahun 2022 yang dikutip dari Punyani tahun 2015 menyatakan bahwa kualitas Website dianggap sebagai penilaian persepsi pengguna terhadap informasi, interaksi, dan kualitas suatu web E-Commerece.

Ketertarikan masyarakat pada suatu marketplace juga dipengaruhi dari kemudahan dan nyaman yang diberikan oleh marketplace tersebut, mengenai identifikasi suatu produk yang hendak dibeli oleh customer, Untuk mengurangi dampak negatif saat membeli suatu produk, calon pembeli perlu mencari lebih banyak informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Salah satu cara yang sederhana untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan melihat ulasan dan pendapat dari pembeli sebelumnya. Review yang positif akan mendorong seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk yang dia inginkan, begitu juga dengan sebaliknya, apabila review yang diberikan kurang baik atau terlihat ketidak sesuaian dengan barang yang dijual akan berdampak menghilangkan kemauan seseorang untuk membeli produk tersebut. Menurut Ardhianti (2019) Online customer review sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap produk yang dijual oleh marketplace. Oleh sebab itu sebagai penjual perlu menjaga dan mempertahankan kualitas, baik dari segi produk maupun pelayanan. Karena apabila

konsumen merasa kurang puas maka akan berdampak pada pemberian ulasan review yang kurang maksimal.

Penilaian tentang suatu produk bisa dilakukan dengan memberikan rating, nilai rating bisa diberikan dari satu bintang nilai terendah, hingga lima bintang untuk nilai maksimal. Dengan banyaknya Riwayat penilaian positif akan membuat calon pembeli menjadi yakin terhadap produk yang akan dibelinya.



Gambar 1. 2 contoh review di Marketplace Shopee

Sumber ; [Shopee.co.id](https://Shopee.co.id)

Untuk saat ini hampir semua marketplace di Indonesia sudah menerapkan system online customer review, banyak perusahaan digital yang menunjukkan bahwa sistem review ini sangatlah penting bagi keputusan pembelian suatu produk yang akan mereka jual, namun terdapat masalah dari online customer review yang sering kali bisa dijumpai di beberapa toko online nakal yang melakukan manipulasi terhadap

review suatu toko. Tidak jarang juga permasalahan timbul dari sisi pebisnis dan perusahaan yang tidak mampu mengendalikan online customer review yang akan berdampak berkurangnya minat pembeli dengan rating yang rendah. Review dari customer saat berbelanja online dianggap kredibel karena berisi pengalaman dari pengguna yang benar-benar sudah melakukan pembelian produk dan merasakan hasil dari apa yang mereka beli. Kotler dan Keller (2012: 125), seperti yang dikutip oleh Anggraeni dan Madiawati pada tahun 2016, berpendapat bahwa kepercayaan merupakan elemen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan terkait dengan keyakinan dalam kebenaran atau ketidakbenaran suatu hal berdasarkan bukti, saran, otoritas, pengalaman, dan intuisi. Kualitas website yang berkualitas serta testimoni dari pelanggan sebelumnya sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Alasan penulis memilih responden di kota Yogyakarta dikarenakan ingin mengetahui perilaku berbelanja online melalui marketplace Shopee pada era milenial ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah online customer review/testimoni pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee pada masyarakat di kota Yogyakarta?
2. Apakah kualitas website mempengaruhi keputusan pembelian di marketplace Shopee pada masyarakat di kota Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam penelitian, penting untuk merumuskan tujuan penelitian dengan jelas. Hal ini bertujuan agar penelitian tetap terfokus dan tidak mengalami penyimpangan dari arah yang diinginkan.

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari customer review/testimoni pelanggan pada marketplace Shopee terhadap keputusan pembelian bagi masyarakat di kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas website marketplace Shopee terhadap minat pembelian suatu produk oleh masyarakat di kota Yogyakarta
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh nilai rating dari riview online terhadap keputusan pembelian bagi masyarakat di kota Yogyakarta.

### **1.4 Kontribusi Penelitian**

1. Kontribusi bagi penulis

Harapan dari penelitian ini adalah memberikan penulis wawasan baru serta pengalaman dalam memahami pengaruh kualitas website dan ulasan pelanggan online terhadap keputusan pembelian di platform Shopee. Selain itu, penyelesaian penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana S1 dalam bidang manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

2. Kontribusi bagi pembaca.

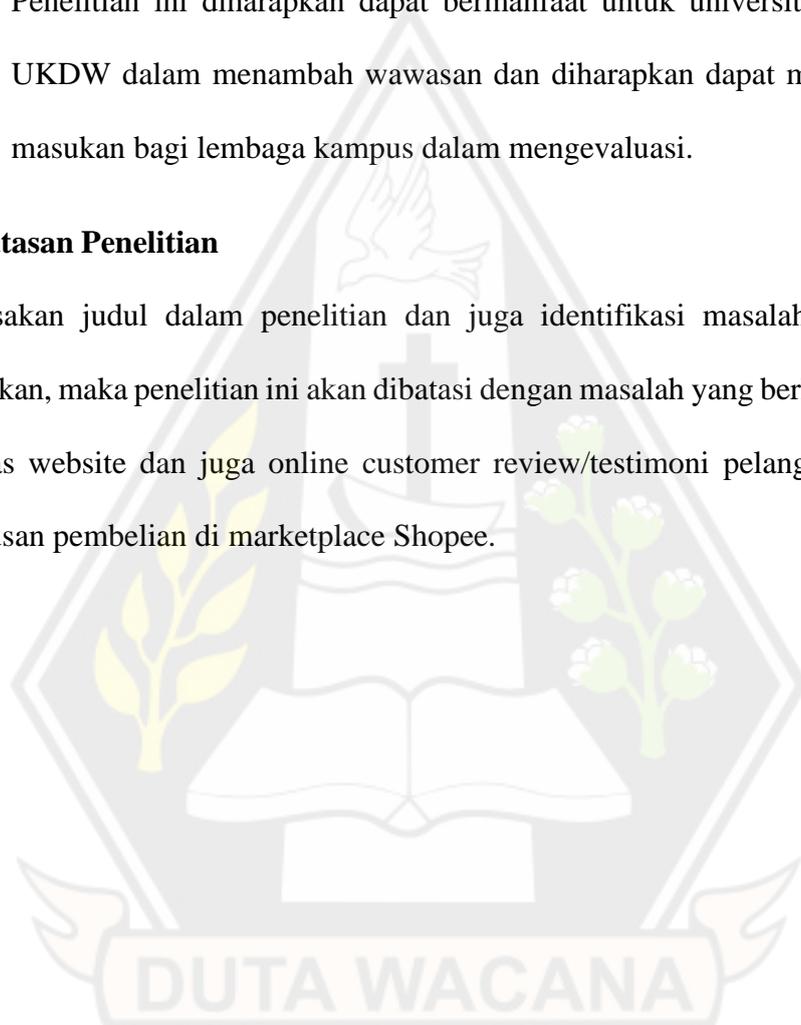
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca untuk mendapatkan informasi lebih mengenai marketplace Shopee dan juga bisa dijadikan referensi atau bahan kajian untuk peneliti selanjutnya.

3. Kontribusi bagi Universitas.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk universitas khususnya UKDW dalam menambah wawasan dan diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi lembaga kampus dalam mengevaluasi.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Berdasarkan judul dalam penelitian dan juga identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini akan dibatasi dengan masalah yang berkaitan dengan kualitas website dan juga online customer review/testimoni pelanggan terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan, baik secara parsial maupun simultan, pengaruh faktor-faktor independen Kualitas Website, Online Customer Review, terhadap Minat Beli Konsumen. Berikut kesimpulan yang dapat ditarik dari analisis dan pembahasan:

a) Pengaruh variabel Kualitas Website terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil uji statistic antara variabel Kualitas Website terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa variabel kualitas website Website berpengaruh signifikan secara parsial sebesar 0,000 terhadap Minat Beli Konsumen. Oleh karena itu, variabel kualitas website berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam melakukan pembelian.

b) Pengaruh variabel Online Customer review terhadap Minat Beli Konsumen

Variabel Online Customer Review  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen sebesar 29,5%, sesuai temuan uji statistik antara variabel Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen. Sehubungan dengan ini, hipotesis mengklaim bahwa ada hubungan yang substansial antara faktor Online customer review dan minat beli konsumen.

c) Pengaruh Variabel independent terhadap variabel dependen

Hasil uji F untuk model regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas Website ( $X_1$ ) dan Online customer review ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli konsumen (Y). Hasil Adjusted R Square menunjukkan kontribusi dari Minat Beli Konsumen sebesar 55,2%, dan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, dapat diterima anggapan bahwa variabel kualitas situs web dan ulasan pelanggan online berdampak pada minat beli konsumen pada saat yang bersamaan.

## 5.2 Keterbatasan

Menurut pengamatan langsung peneliti terhadap proses penelitian, ada beberapa keterbatasan yang dihadapi dan sejumlah faktor yang dapat menimbulkan perhatian bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini tentunya memiliki kelemahan yang perlu terus diperbaiki pada penelitian selanjutnya. beberapa keterbatasan penelitian adalah :

5.1 Dalam proses pengambilan data melalui system kuisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sesungguhnya, hal tersebut dikarenakan perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda setiap responden, dan terdapat factor lain seperti factor kejujuran dalam pengisian kuisioner oleh beberapa responden.

5.2 Dengan factor keterbatasan lokasi penelitian yang hanya dilakukan di kota Yogyakarta terkadang belum menunjukkan hasil data responden yang sesungguhnya.

## **5.3 Saran**

### **5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar peneliti selanjutnya menggunakan variable yang lebih variative sebagai sarana untuk bahan pertimbangan penelitian agar dapat menyempurnakan hasil penelitian.

### **5.3.2 Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa Kualitas Website mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di kota Yogyakarta, dalam hal ini pihak Shopee diharapkan dapat mempertahankan kualitas website yang sudah dinilai baik bagi konsumen, terutama di kota Yogyakarta, agar konsumen dapat selalu puas dan bertahan menggunakan website marketplace Shopee.

Online Customer Review pada hasil penelitian ini juga menunjukkan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di kota Yogyakarta, diharapkan perusahaan Shopee mampu mempertahankan kualitas agar dapat mempertahankan minat konsumen untuk menggunakan website Shopee.

## DAFTAR PUSTAKA

- Prayoga, Novenda Dwiki (2001). Pengaruh online customer review, rating dan kepercayaan terhadap kepercayaan konsumen online pada marketplace shopee: <http://eprints.ums.ac.id/93668/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Hanna, Joan Imanuella (25 Oktober 2022). Data Adalah: Pengertian, Manfaat, dan Jenisnya: <https://mediaindonesia.com/teknologi/532475/data-adalah-pengertian-manfaat-dan-jenisnya>
- repository.Unisma.ac.id(Agustus,2001). pengaruh online customer review, rating toko dan review pada marketplace shopee: [http://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/2954/S1\\_FEB\\_MANAJEMEN\\_21701081073\\_OKKY%20TEGUH%20PRAKOSO.pdf](http://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/2954/S1_FEB_MANAJEMEN_21701081073_OKKY%20TEGUH%20PRAKOSO.pdf)
- 2023 © - Seputar Pengetahuan (2023). 26 Pengertian Populasi Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap): <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2021/10/pengertian-populasi-menurut-para-ahli.html>
- Vierda, Azka (February 27, 2023). variabel terikat variabel: <https://wikistatistika.com/variabel-dependen/>
- Ghafiki, Rafdi, (2017, 1 April). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.com | Ghafiki | eProceedings of Management (telkomuniversity.ac.id): <https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Kualitas-Website-Terhadap-Keputusan-Pada-Ghafiki/4b8886851360cb8c61fe1a042d8ca0193eb1f406>
- Sumberpengertian.id (Posted on April 2, 2021). Pengertian Variabel Penelitian Menurut Para Ahli dan Umum Serta Jenisnya: <https://www.sumberpengertian.id/pengertian-variabel-penelitian>
- Hafizulhaq, Fadli (November 3, 2021). Perhatikan! Inilah 6 Faktor yang Bisa Mempengaruhi Kualitas Website: <https://jisku.com/kualitas-website-menurut-para-ahli-yang-perlu-diketahui/>
- Pratiwi, Afrilia dian dan Fahmi, Syaifudin, (26-05-2022). View of pengaruh harga, promosi dan review terhadap minat beli konsumen produk

(bajangjournal.com):

<https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/2667/1898>

Melisa I.M Tololiu.( 2303-11). The Influences Of Women Leadershp,  
Organizational Culture, Working Climate And Effective Communication  
On Employee's Productivity At Pt. Bank Mandiri Area Manado:

