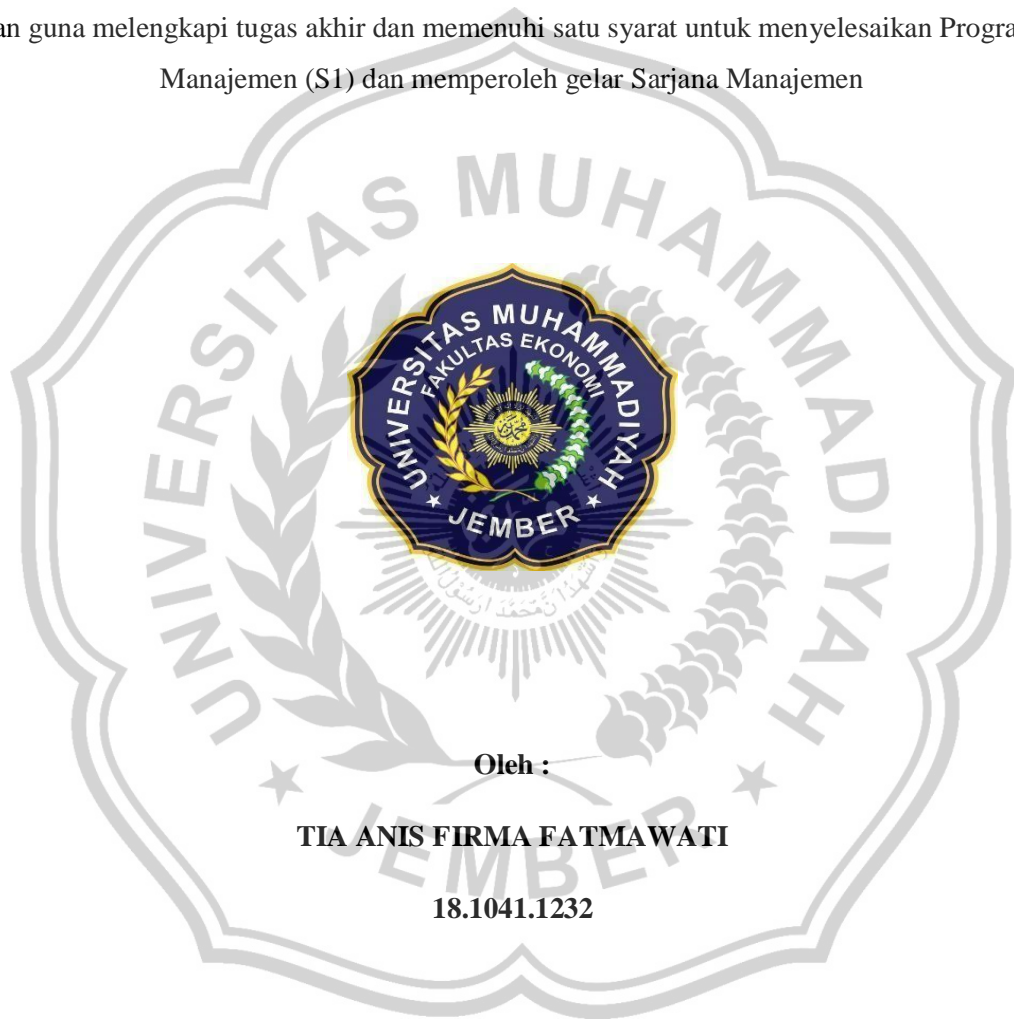


PENGARUH *PRICE CONSCIOUSNESS*, *ONLINE CUSTOMER RIVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE LAZADA* (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

TIA ANIS FIRMA FATMAWATI

18.1041.1232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2023

PENGARUH *PRICE CONSCIOUSNESS*, *ONLINE CUSTOMER RIVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE LAZADA* (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

TIA ANIS FIRMA FATMAWATI

18.1041.1232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2023

SKRIPSI



PENGARUH *PRICE CONSCIOUSNESS*, *ONLINE CUSTOMER RIVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE LAZADA* (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh :

TIA ANIS FIRMA FATMAWATI

18.1041.1232

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijyantini, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM

Two rectangular boxes containing handwritten signatures in blue ink. The top box contains the signature of Bayu Wijyantini, and the bottom box contains the signature of Yohanes Gunawan Wibowo.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tia Anis Firma Fatmawati

NIM 1810411232

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH PRICE CONSCIOUSNESS, ONLINE CUSTOMER RIVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE LAZADA (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keaslian,keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 6 April 2023
Yang menyatakan,



Tia Anis Firma Fatmawati
NIM. 18.1041.1232

PENGESAHAN


Skripsi berjudul; *Pengaruh Price Consciousness, Online Customer Rview, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Tia Anis Firma Fatmawati
NIM : 1810411232
Hari : Kamis
Tanggal : 6 April 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si.
NPK. 1966 1231199303 1006

Anggota 1



Bayu Wijyantini, SE., M.M
NPK. 1979 02171100 9661

Anggota 2

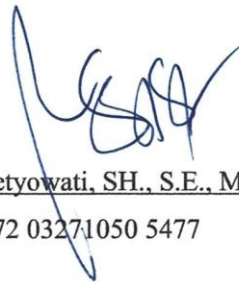

Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM
NPK. 1984 06041170 3794

Mengesahkan

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP. 1977 0811200501 2001

Ketua Program Studi,


Dr. Trias Setyowati, SH., S.E., M.M
NPK. 1972 03271050 5477

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Pengaruh Price Consciousness, Online Customer Riview, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)*, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Hanafi M. Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Bayu Wijyantini, SE., M.M selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., M.M selaku dosen pembimbing pendamping skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan hingga tersusunnya skripsi ini.
6. Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Kedua orang tua beserta keluarga besar yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang, dukungan do'a, kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak. Artinya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 6 April 2023

Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat Kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua tercinta yang selama ini mendidik dan membimbing serta tiada hentinya menyayangi.
3. Para sahabat dan teman – teman Manajemen 2018 yang telah menjadi keluarga selama perkuliahan senantiasa menemani, mendukung, serta membantu menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik.
4. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.



MOTTO

"Angin tidak berembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya."

"Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik."

Ali bin Abi Thalib



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PENULIS.....	ii
PERNYATAAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK	xiv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.3 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	11
2.4 <i>E-Commerce</i>	13
2.5 <i>Price Consciousnes</i>	15
2.6 <i>Online Customer Riview</i>	16
2.7 <i>Online Customer Rating</i>	19
2.8 Penelitian Terdahulu	20
2.9 Kerangka Konseptual	23
2.10 Hipotesis.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26

DAFTAR ISI

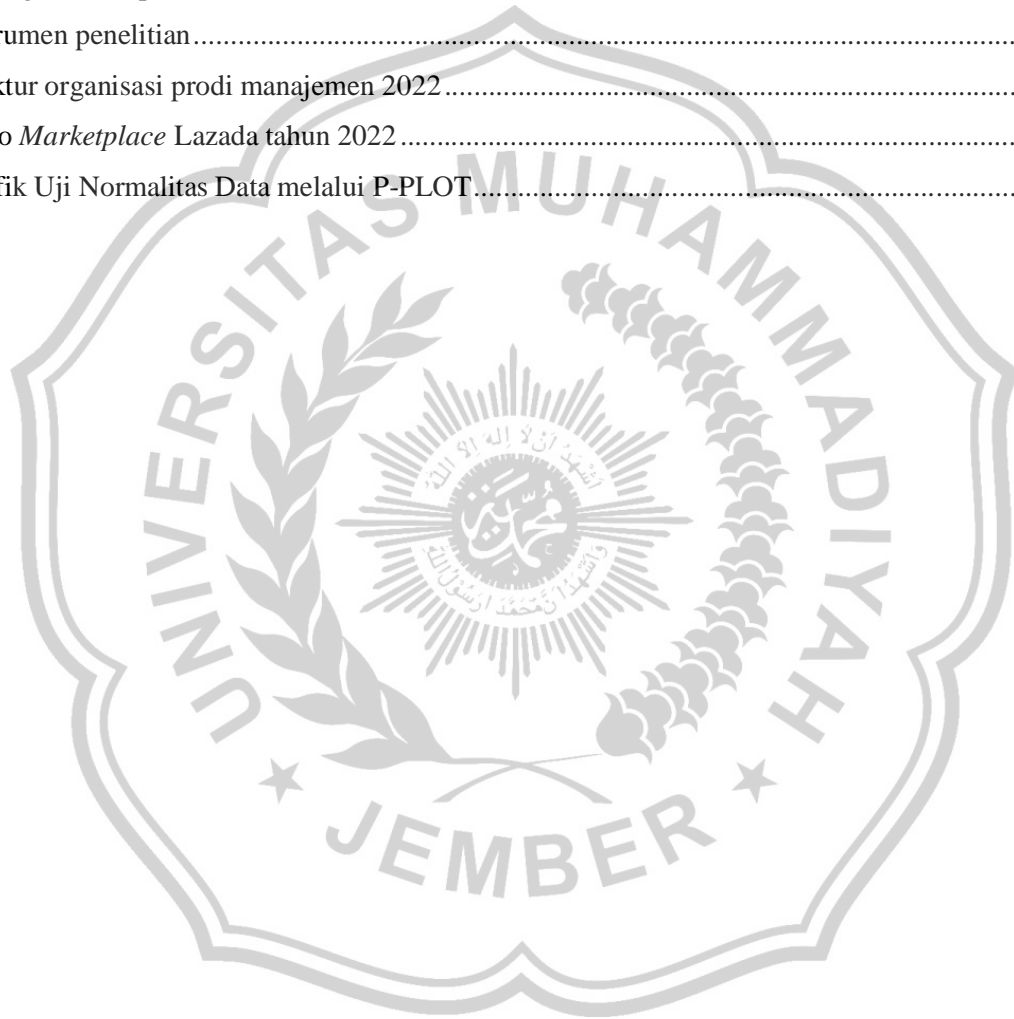
3.3 Desain Penelitian.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	31
3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda	32
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.5 Uji Hipotesis.....	33
3.8.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	34
3.9 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1.1 Profil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.....	35
4.1.1.2 Profil <i>Marketplace</i> Lazada.....	36
4.2 Hasil Analisis Data.....	38
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif	38
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	52
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	53
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.2.5 Uji Hipotesis.....	56
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.3 Pembahasan.....	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

4.1 Jenis Kelamin Responden	38
4.2 Umur Responden.....	39
4.3 Jumlah Transaksi Responden	39
4.4 Tabel Keterjangkauan Harga (X1.1)	40
4.5 Tabel Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk (X1.2)	41
4.6 Tabel Daya Saing Harga (X1.3)	41
4.7 Tabel Kesadaran (X2.1)	42
4.8 Tabel Frekuensi (X2.2)	43
4.9 Tabel Efek (X2.3).....	44
4.10 Tabel Kualitas Informasi (X3.1)	45
4.11 Tabel Kepercayaan (X3.2)	46
4.12 Tabel Kepuasan Pelanggan (X3.3).....	46
4.13 Tabel Pengenalan Kebutuhan (Y1.1)	47
4.14 Tabel Pencarian Informasi (Y1.2).....	48
4.15 Tabel Evaluasi Alternatif (Y1.3).....	49
4.16 Tabel Keputusan Pembelian (Y1.4)	50
4.17 Tabel Perilaku Pasca Pembelian Setelah Pembelian (Y1.5).....	51
4.18 Hasil Uji Validitas Data	52
4.19 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	53
4.20 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.21 Hasil Uji Normalitas Data	54
4.22 Hasil Uji Multikolinearitas	55
4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.24 Hasil Uji T.....	56
4.25 Hasil Uji F.....	57
4.26 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data pengunjung <i>marketplace</i> pada kuartal I tahun 2022	2
1.2 Contoh screenshot Online Customer Riwiew dan Online Customer Rating pada e-commerce Lazada.....	5
2.1 Kerangka konseptual	24
3.1 Instrumen penelitian	31
4.1 Sruktur organisasi prodi manajemen 2022	36
4.2 Logo <i>Marketplace</i> Lazada tahun 2022	37
4.3 Grafik Uji Normalitas Data melalui P-PLOT	55



DAFTAR LAMPIRAN

1 Surat Izin Kuisioner Penelitian.....	65
2 Rekapitulasi Data Responden.....	68
3 Rekapitulasi Jawaban Responden	72
4 Analisis Deskriptif	79
5 Hasil Uji Kualitas Data	86
6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
8 Dokumentasi	99

