

**PENGARUH PRICE CONSCIOUSNESS, ONLINE CUSTOMER RIVIEW DAN
ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING PADA E- COMMERCE LAZADA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Jember)**

SKRIPSI

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



Oleh

PUSPITA SARI

20.1041.1160

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

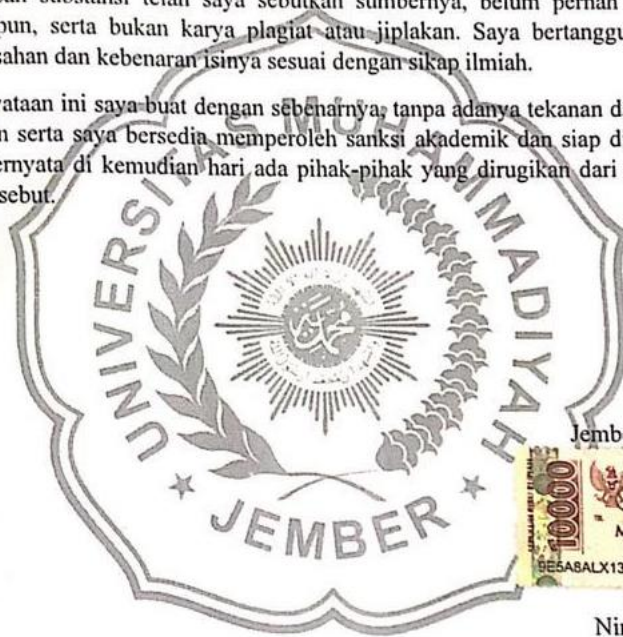
Nama : Puspita Sari

Nim : 2010411160

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 PRODUK SCARLETT WHITENING *E-COMMERCE* LAZADA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mummadiyah Jember)", adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab 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, 29 Juli 2024



Puspita sari

Nim. 20.1041.1160

SKRIPSI

**PENGARUH PRICE CONSCIOUSNESS, ONLINE CUSTOMER RATING DAN
ONLINE CUSTOMER RIVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING PADA E- COMMERCE LAZADA**



Pendamping:
Dosen Pendamping Utama
Dosen Pembimbing Pendamping

: Wahyu Eko Setianingsih SE., MM.
: Ahmad Izzudin, SE., MM.



PENGESAHAN

Tugas akhir berjudul: "PENGARUH PRICE CONSCIOUSNESS, ONLINE CUSTOMER RIVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITWNING PADA E-COMMERCE LAZADA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember)", telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2024
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Feti Fatimah, SE., MM
NPK. 1979052510709622

Anggota 1,

Wahyu Eko Setianingsih., SE., MM.
NPK. 1979120811503633

Anggota 2,

Ahmad Izzudin, SE., MM
NPK. 1990100711605780

Mengesahkan:



Mahchi Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Proram Studi

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

MOTTO

Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena 'Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya'."

(QS. Al-Baqarah: 286)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya. Dengan ketulusan hati dan sebagai ucapan terimakasih, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri Puspita Sari, atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih sudah kuat dan berusaha sejauh ini
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Prayitno dan pintu surgaku Ibunda Eni Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga bapak ibuk sehat sepanjang umur dan sehat selalu.
3. Kepada kakak kandungku yang tak kalah penting kehadirannya, Silvia Prastyowati dan tak lupa juga kakak ipar saya Faisal Malik. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi dalam proses karya tulis ini baik tenaga maupun materi tanpa kalian saya tidak akan pernah berada di posisi ini untuk menyelesaikan Skripsi dan perkuliahan saya terimakasih sudah mendukung saya sejauh ini.
4. Terima kasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing saya Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si. dan Bapak Ahmad Izzudin SE, MM. yang telah sabar membimbing dan membantu saya serta memberikan motivasi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Sahabat sahabatku Alfani, Ayu, Desfitha, Faruci, lala, Nisa, Risa, Reza dan Qotrunada yang selalu membantu dalam penyusunan skripsi ini, memberikan semangat, dukungan serta doa terbaik.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhusus dari program studi Manajemen. penulis merasakan keindahan ditengah perbedaan. Dan kalian pula penulis banyak belajar bahwa keikhlasan, kesabaran dan ketulusan adalah hal terindah dalam hidup.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Price Consciousness*, *Online Customer Riview*, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada *E-commerce* Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
4. Bapak Dr. Muhammad Naely Azhad, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
5. Bapak Ahmad Izzudin SE., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
6. Ibu Feti Fatimah selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini,
7. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam segala hal
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

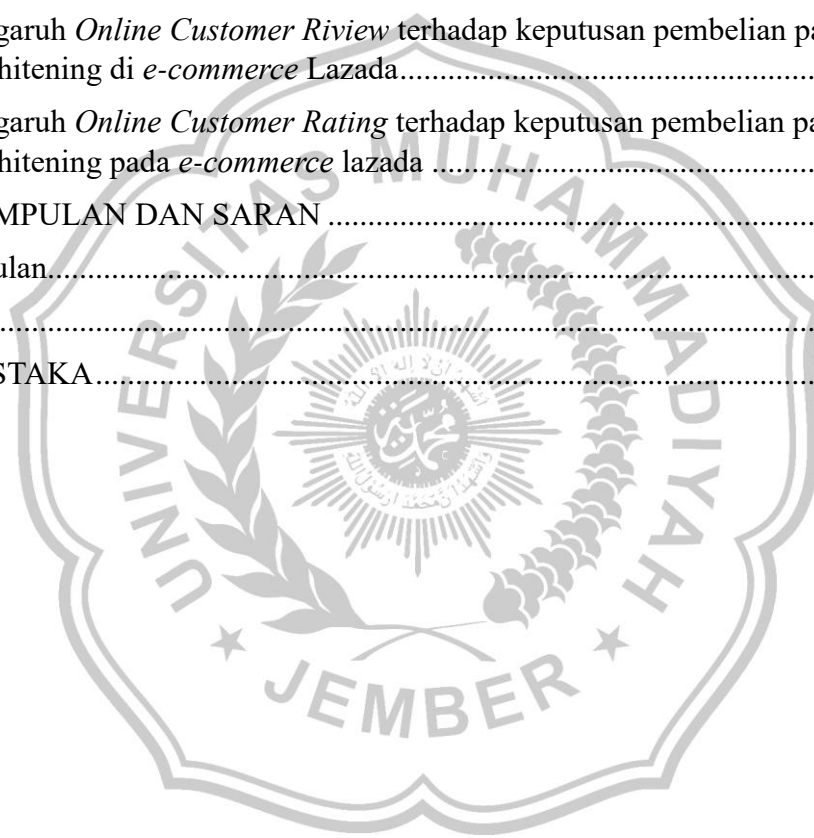
Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberika kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.3 Keputusan Pembelian Online	10
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian <i>Online</i>	10
2.3.2 Tujuan Keputusan Pembelian	11
2.3.3 Tahapan- tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.4 <i>E-commerce</i>	12
2.4.1 Kelebihan Belanja <i>online</i>	13
2.4.2 Kelemahan Belanja <i>online</i>	14
2.5 <i>Price Consciousness</i>	14
2.5.1 Faktor -faktor yang mempengaruhi <i>Price Consciousness</i>	15
2.5.2 Indikator- indikator <i>Price consciousness</i>	15
2.6 <i>Online Customer Riview</i>	15
2.6.1 Faktor -Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Riview</i>	16
2.6.2 Indikator -Indikator <i>Online Cutomer Riview</i>	16
2.7 <i>Online Customer Rating</i>	16
2.7.2 Faktor -Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Rating</i>	17
2.7.3 <i>Indikator Online Customer Rating</i>	17
2.8 Penelitian Terdahulu.....	18
2.9 Kerangka Pemikiran.....	20
2.10 Hipotesis.....	20
2.10.1 Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap Keputusan pembelian	20

2.10.2 Pengaruh <i>Online Customer Rview</i> terhadap Keputusan pembelian	21
2.10.3 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Identifikasi Variabel	22
3.1.1 Variabel Independent atau Variabel Bebas	22
3.1.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	22
3.2.1 <i>Price consciusness</i> (X1)	22
3.2.2 <i>Online Customer Rview</i> (X2)	23
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	24
3.3 Desain Penelitian.....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1 Data Primer.....	24
3.4.2 Data Sekunder.....	25
3.5 Populasi dan Sampel	25
3.5.1 Populasi	25
3.5.2 Sampel.....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6.1 Observasi	26
3.6.2 Wawancara.....	26
3.6.3 Kusioner.....	26
3.6.4 Dokumentasi.....	26
3.7 Teknik Pengukuran Data	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	27
3.8.2 Uji Instrumen Data	27
3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	27
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.8.5 Uji Hipotesis.....	29
3.8.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Hasil Penelitian	30
4.1.1 Gambaran Umum <i>E-Commerce</i> Lazada.....	30
4.1.2 Tujuan, Visi dan Misi Lazada	31
4.1.3 Gambaran Produk Scarlet Whitening.....	31

4.2 Hasil Analisis Data	35
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	35
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel/ Uji Kualitas Data	36
4.2.3 Uji Instrumen Data	40
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.5 Uji Hipotesis	44
4.2.6 Uji Koefisiensi Determinasi (R2)	44
4.3 Pembahasan.....	44
4.3.1 Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap keputusan pembelian pada produk scarlett whitening di <i>e-commerce</i> Lazada	45
4.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Rview</i> terhadap keputusan pembelian pada produk scarlett whitening di <i>e-commerce</i> Lazada.....	45
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap keputusan pembelian pada produk scarlett whitening pada <i>e-commerce</i> lazada	46
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Likert`	26
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 4. 3 Jumlah Transaksi Responden	35
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Program Studi	36
Tabel 4. 5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Price Consciousness (X1)	36
Tabel 4. 6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Online Customer Riview (X2)	37
Tabel 4. 7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Online Customer Rating (X3)	38
Tabel 4. 8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolonieritas	43
Tabel 4. 12Hasil Uji t.....	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R2).....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengunjung <i>Marketplace</i>	2
Gambar 1. 2 Contoh Screenshot <i>Online Customer Rating</i>	4
Gambar 1. 3 Contoh screenshot ulasan baik dan buruk <i>Online Customer Riviw</i>	5
Gambar 4. 1 Logo Lazada.....	30
Gambar 4. 2 Produk Scarlett Whitening	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 lembar kusioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 bukti penyebaran kusioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 bukti responden pernah membeli produk scarlett whitening di e-commerce Lazada	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Bukti pengisian Kusioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Data Tabulasi Kusioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7 Uji realibilitas	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.

