

**“PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
SISTEM PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION DI MARKET PLACE TIKTOK SHOP (
STUDI KASUS MAHASISWA FEB UWKS)”**

**SKRIPSI PENELITIAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Diajukan Oleh :

AURELLIA FIDA SALSABILA

NPM : 19420042

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2023**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Aurellia Fida Salsabila
NPM : 19420042
Alamat : Pondok Benowo Indah Blok CQ No 49
Program Stud : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "pengaruh onlinecustomer review dan system pembayaran cash on delivery terhadap keputusan pembelian produkfashion di market place tiktok shop (studi kasus mahasiswa FEB UWKS)" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Aurellia Fida Salsabila

19420042

SKRIPSI

"PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN SISTEM PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI *MARKET PLACE* TIKTOK SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA FEB UWKS)"

Dipersiapkan dan disusun oleh:
AURELLIA FIDA SALSABILA
NPM : 19420042

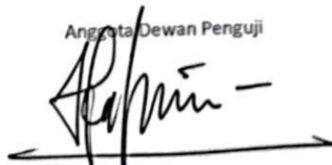
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji



Tri Tjahjo Poemomo, SE., MM.



Bambang Setyadarma, SE., M.AK

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen

Tanggal 19 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Ketua program Studi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat berhasil diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini dibuat sebagai tugas program terakhir dan satu-satunya prasyarat untuk memperoleh gelar Program Studi Sarjana Manajer di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selain itu, disertai juga sebagai implementasi bijak dari ilmu yang digunakan dalam modul studi manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menegaskan bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis berharap bahwa mereka akan belajar lebih banyak ketika mempraktekkan apa yang telah mereka pelajari.

Dalam alinea ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan saran dan bimbingan. Penulis berkata terima kasih kepada dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya
2. Orang tua dan keluarga yang yakin dapat memberikan motivasi dan dukungan untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan nasehat, inspirasi, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Teman – teman WKS FEB dan para pengajar lainnya yang telah memberikan lingkungan yang mendukung dan banyak bantuan selama pengerjaan skripsi ini.
5. Serta beberapa pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya tetapi masih memberikan bantuan kepada saya, baik secara diam-diam maupun secara langsung

Saya berharap semua orang mendapatkan rahmat dan hidayah dari Tuhan yang maha kuasa. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 LATAR BELAKANG	13
1.2 RUMUSAN MASALAH	26
1.3 TUJUAN PENELITIAN	26
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	27
BAB II	28
TINJAUAN PUSTAKA.....	28
2.1. LANDASAN TEORI	28
2.1.1 PEMASARAN	28
2.1.2 MANAJEMEN PEMASARAN.....	29
2.1.3 PERILAKU KONSUMEN	29
2.1.4 ONLINE CUSTOMER REVIEW	31
2.1.5 METODE PEMBAYARAN <i>CASH ON DELIVERY</i> (COD).....	33
2.1.6 KEPUTUSAN PEMBELIAN	35
2.2 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	37
2.2.1 PENGARUH <i>ONLINE CUSTOMER REVIEW</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	37
2.2.2 PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN <i>CASH ON DELIVERY</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	37
2.3 PENELITIAN TERDAHULU	38
2.4. HIPOTESIS DAN MODEL ANALISIS	42
2.4.1 HIPOTESIS	42
2.4.2 MODEL ANALISIS	43
BAB III	44
<i>METODE PENELITIAN</i>	44
3.1. Pendekatan Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	44

3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel.....	45
3.3. Identifikasi Variabel.....	46
3.4 Definisi Operasional Variabel	47
3.5 Jenis dan Sumber Data	49
3.5.1 Jenis data	49
3.5.2 Sumber data	49
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	50
3.7 Teknik Analisis	51
3.7.1 Uji Instrumen	51
3.7.2 Uji Validitas	51
3.7.3 Uji Reliabilitas	52
3.7.4 Uji Model	52
3.7.2.1 Teknik Analisis Regresi Berganda	52
3.7.5 Uji Hipotesis	53
3.7.2.1 Uji Signifikasi T	53
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Karakteristik Responden	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas dan Progam Studi.....	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	57
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	60
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Analisis Deskriptif	61
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Online Customer Review.....	61
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Pembayaran Cash On Delivery.....	65
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	69

4.2.2.1 Uji Validitas.....	70
4.2.2. Uji Reliabilitas	71
4.2.3 Teknik Analisis Regresi Berganda.....	71
4.2.4 Uji Signifikasi T.....	74
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	75
1.1 Pembahasan.....	76
BAB V.....	79
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Untuk produk fashion.....	79
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Trend Fashion Pada 2022	12
Gambar 1. 2 Trend dan Minat Fashion Menurut Subwilayah	13
Gambar 1. 3 Penggunaa TikTok Terbesar Di Dunia	14
Gambar 1. 4 Demografi Pengguna TikTok Indonesia.....	15
Gambar 1. 5 Demografi Penggunaan Market Place 2022 ..	18
Gambar 1. 6 Penggunaan Tiktok 2018-2022.....	19
Gambar 1. 7 TikTok Shop	20
Gambar 1. 8 Konten Review influencer Pada Tiktok.....	20
Gambar 1. 9 Komentar <i>Review Customer</i> Pada TikTok Shop	21

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengkaji pengaruh *online customer review* dan sistem pembayaran *Cash On Delivery* terhadap persepsi mahasiswa yang membeli produk fashion dari marketplace tiktok *shop*. Studi saat ini menggunakan metodologi kuantitatif. Populasi penelitian kali ini adalah mahasiswa aktif UWKS yang menggunakan aplikasi tiktok. Purposive sampling digunakan dalam teknik pengambilan sampel, dan kriteria penilaiannya antara lain menggunakan aplikasi tiktok pada 1 tahun. Sekitar 50 orang menanggapi jumlah total survei. menggunakan teknik pengumpulan data yang telah mengalami validasi dan reabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan untuk menentukan hipotesis adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel *Cash On Delivery* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : *online customer review*, *cash on delivery* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the effect of online customer reviews and the Cash On Delivery payment system on the perceptions of students who buy fashion products from the Tiktok shop marketplace. The current study uses a quantitative methodology. The research population this time is UWKS active students who use the tiktok application. Purposive sampling was used in the sampling technique, and the evaluation criteria included using the tiktok application at 1 year. About 50 people responded to the total number of surveys. using data collection techniques that have experienced validation and reliability. The analysis technique used to determine the hypothesis is multiple linear regression. The results of this study indicate that online customer reviews have no significant effect on purchasing decisions and the Cash On Delivery variable has a significant effect on purchasing decisions

Keywords: online customer review, cash on delivery and Purchase Decision.