

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN  
*ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PRODUK  
DI *MARKETPLACE SHOPEE* OLEH PELANGGAN DI  
KOTA BANJARMASIN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

**GILANG NOOR PRATAMA**

**NIM: 2110412210031**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**BANJARMASIN**

**2025**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PRODUK DI *MARKETPLACE SHOPEE* OLEH PELANGGAN DI KOTA BANJARMASIN

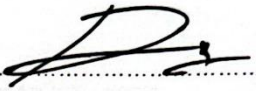
A. Nama Mahasiswa : Gilang Noor Pratama  
NIM : 2110412210031

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
NIP. 19891207201712104001

()

b. Penguji I

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
NIP. 197805242006042001

()

c. Penguji II

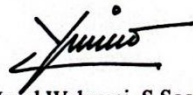
M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM  
NIP. 197604142001121003

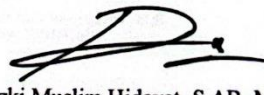
()

Banjarmasin, 12 Juni 2025

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis


Ketua Pembimbing

  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001

  
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
NIP. 19891207201712104001

Mengetahui,

DEKAN FISIP ULM

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M.Si  
NIP. 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 2800/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
3. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Gilang Noor Pratama  
NIM : 2110412210031  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer  
Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace  
Shopee oleh Pelanggan di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 12 Juni 2025  
J a m : 10.30 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang UPKH (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 4 Juni 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU/ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Kamis tanggal 12 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2800/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 4 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Gilang Noor Pratama  
NIM : 2110412210031  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee oleh Pelanggan di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang UPKH (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 10.30 Wita s.d Selesai  
Nilai : 84 / (A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Fidak Lulus~~

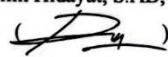
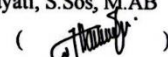
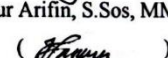
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 12 Juni 2025

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Gilang Noor Pratama

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
(  )
2. Sekretaris : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
(  )
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM  
(  )

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
19751105 200112 2 001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat disusun hingga selesai. Adapun skripsi ini berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Produk Di *Marketplace* Shopee Oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus dosen penguji I yang telah

memberikan arahan dan saran kepada penulis agar penulisan dan penelitian skripsi ini dapat lebih baik dan sesuai dengan pedoman skripsi.

5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah banyak membantu memberikan arahan, masukan dan koreksi dalam menyelesaikan penulisan dan penelitian skripsi ini.
7. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis agar penulisan dan penelitian skripsi ini dapat lebih baik dan sesuai dengan pedoman skripsi.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam administrasi
9. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

## **PERSEMBAHAN**

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada::

1. Kepada kedua orang tua tercinta ibu Rosita dan bapak Akhmad Syarifuddin  
Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih telah memberikan motivasi dan nasihat yang luar biasa, Tanpa perjuangan kalian, saya tak akan bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala dukungan moril dan materil yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan pendidikan ini.
2. Adik saya, Zhaky Prasetya, yang telah menjadi salah satu sumber semangat dan motivasi terbesar dalam hidup saya. Kehadiranmu selalu mengingatkan saya untuk terus berjuang dan menjadi pribadi yang lebih baik. Setiap langkah yang saya ambil tidak lepas dari harapan untuk bisa menjadi contoh yang baik dan memberikan yang terbaik untukmu. Terima kasih telah menjadi alasan saya untuk tidak menyerah dan terus maju hingga titik ini.
3. Organisasi HIMABI, terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran saya. Di luar perkuliahan, saya belajar banyak hal, mulai dari pengetahuan hingga keterampilan yang memperkaya diri. Walaupun banyak rintangan yang kami hadapi, saya tetap bersyukur karena bisa menjadi bagian dari organisasi ini yang memberi banyak pengalaman berharga..
4. Kepada sahabat-sahabat saya yang berteman dengan saya pada masa SMP,

SMK dan Kuliah yang selalu setia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah saya, terima kasih yang tak terhingga. Begitu banyak teman yang turut menyertai proses ini, meski tak bisa saya sebutkan satu per satu, namun setiap doa dan kebaikan kalian sangat berarti.

5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Raudhah. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah.
6. Untuk diri saya sendiri, Gilang Noor Pratama, terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, belajar dari setiap kesalahan, dan terus berusaha menjadi versi terbaik dari diri sendiri. Perjalanan ini tidak mudah, tetapi kamu berhasil melewatinya dengan penuh keteguhan dan keberanian.

Semoga perjalanan ini menjadi bukti bahwa dengan doa, usaha, dan dukungan dari orang-orang terkasih, kita bisa mengatasi setiap rintangan.

Banjarmasin, 12 Juni 2025



Gilang Noor Pratama  
NIM: 2110412210031

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maupun tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 12 Juni 2025



Gilang Noor Pratama  
NIM: 2110412210031

## ABSTRAK

Gilang Noor Pratama, 2110412210031, 2025. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Produk Di *Marketplace* Shopee Oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat

Penelitian ini dilakukan bertujuan mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada produk di *marketplace* Shopee oleh pelanggan di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah membeli produk secara *online* di *marketplace* Shopee dipilih secara acak melalui teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dibantu IBM SPSS Statistik Versi 25.

Hasil penelitian ini membuktikan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Produk Di *Marketplace* Shopee Oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin. *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Produk Di *Marketplace* Shopee Oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin. Serta *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Produk Di *Marketplace* Shopee Oleh Pelanggan Di Kota Banjarmasin.

**Kata kunci:** *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Keputusan Pembelian *Online*.

## ABSTRACT

*Gilang Noor Pratama, 2110412210031, 2025. The Influence of Online Customer Review and Online Customer Rating on Online Purchasing Decisions on Products in the Shopee Marketplace by Customers in Banjarmasin City, under the guidance of: Rizki Muslim Hidayat*

*This study aims to identify and examine the partial and simultaneous effects of Online Customer Review and Online Customer Rating variables on Online Purchase Decisions of products on the Shopee marketplace by customers in Banjarmasin City.*

*This study uses a quantitative approach, the research location is in Banjarmasin. A sample of 100 respondents who have purchased products online in the Shopee marketplace were selected randomly through accidental sampling techniques. Data analysis using multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistics Version 25.*

*The results of this study demonstrate that Online Customer Review has a significant partial effect on Online Purchase Decisions of products on the Shopee marketplace by customers in Banjarmasin City. Online Customer Rating also has a significant partial effect on Online Purchase Decisions of products on the Shopee marketplace by customers in Banjarmasin City. Furthermore, both Online Customer Review and Online Customer Rating have a significant simultaneous effect on Online Purchase Decisions of products on the Shopee marketplace by customers in Banjarmasin City.*

**Keywords:** *Online Customer Review, Online Customer Rating, Purchasing Decisions.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Manfaat penelitian.....	20
1.4.1Manfaat teoritis .....	20
1.4.2 Manfaat Praktis .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2 Pemasaran Digital.....	23
2.1.3 <i>E-commerce</i> .....	24
2.1.4 <i>Marketplace</i> .....	26
2.1.5 <i>Online Customer Review</i> .....	29
2.1.6 <i>Online Customer Rating</i> .....	34
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	37
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	40
2.1.9 Keputusan Pembelian <i>Online</i> .....	45

2.2 Penelitian Terdahulu .....	46
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	55
2.3.1 Hipotesis .....	55
2.3.2 Model Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	60
3.2 Desain Penelitian.....	60
3.3 Lokasi Penelitian.....	61
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling .....	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Besar Sampel.....	62
3.4.3 Teknik Sampling .....	62
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	63
3.5.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas (X).....	63
3.5.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y) .....	65
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	69
3.7 Teknik Analisa Data.....	69
3.7.1 Skala Pengukuran .....	69
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	69
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	70
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	71
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda .....	73
3.8 Alat Uji Hipotesis.....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>77</b>
4.1 Profil Responden.....	77
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	78
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan .....	79
4.1.5 Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk <i>Online</i> ..	80
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	80
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1) .....	81

4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X2) .....	84
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian <i>online</i> (Y).....	87
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	90
4.3.1 Uji Validitas .....	90
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	92
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	93
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	93
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	96
4.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	97
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	98
4.6.1 Uji t (Parsial) .....	98
4.6.2 Uji F (Simultan) .....	100
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (KD/R <sup>2</sup> ).....	101
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL</b> .....	<b>103</b>
5.1 Pembahasan .....	103
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	105
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	107
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	<b>108</b>
6.1 Kesimpulan .....	108
6.1 Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>BIODATA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	66
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	69
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden .....	70
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	76
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	79
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk .....	80
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X1) .....	81
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Online Customer Rating (X2) .....	84
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian online (Y).....	87
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov Smirnov .....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	96
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda.....	97
Tabel 4.14 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t).....	99
Tabel 4.15 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	100
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Dunia tahun 2025 .....	2
Gambar 1.2 Negara Tertinggi Pengguna Internet 2025. ....	3
Gambar 1.3 Jumlah Kunjungan 5 Marketplace Terbesar Tahun 2021-2025 .....	6
Gambar 1.4 Jumlah Pesanan dan Nilai Penjualan Bruto Shopee .....	8
Gambar 1.5 Online Customer Review produk pada marketplace Shopee. ....	13
Gambar 1.6 Online Customer Rating produk pada marketplace Shopee. ....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	59
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	93
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	94
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	95
Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian.....	107

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 3.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden .....	124
Lampiran 3.2 Statistik Deskriptif Variabel Online Customer Review (X1).....	126
Lampiran 3.3 Statistik Deskriptif Variabel Online Customer Rating (X2) .....	128
Lampiran 3.4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	130
Lampiran 3.5 Uji Validitas Online Customer Review (X1).....	134
Lampiran 3.6 Uji Validitas Online Customer Rating (X2).....	135
Lampiran 3.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	136
Lampiran 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Online Customer Review (X1).....	137
Lampiran 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Online Customer Rating (X2) .....	138
Lampiran 3.10 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	139
Lampiran 3.11 Uji Asumsi Klasik .....	140
Lampiran 3.12 Uji Regresi Linear Berganda .....	143
Lampiran 3.13 Uji Hipotesis .....	143
Lampiran 3.14 Titik Persentase Distribusi t (df=41-80).....	145
Lampiran 3.15 Tabel R-Tabel .....	146
Lampiran 3.16 Tabel F.....	147