

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*, *TRUST* DAN *EASE OF USE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI  
PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA  
PEKANBARU)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



**DISUSUN OLEH :**

**NABILA FIBRIONA DELVIAN**  
**NIM. 11970125002**

**PROGRAM S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2023**



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NABILA FIBRIONA DELVIAN  
 NIM : 11970125002  
 PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN  
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)  
 JUDUL : PENGARUH *CUSTOMER REVIEW, TRUST* DAN  
*EASE OF USE* TERHADAP KEPUTUSAN  
 PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA  
 MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI  
 KOTA PEKANBARU).

DISETUJUI OLEH  
DOSEN PEMBIMBING

Nurrahmi Havani, SE, MBA  
NIP. 19830324 201503 2 003

MENGETAHUI,

DEKAN

Dr. Mahvarni, SE, MM  
NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PROGRAM STUDI  
SI MANAJEMEN

Astuti Meflinda, SE, MM  
NIP. 19720513 200701 2 018




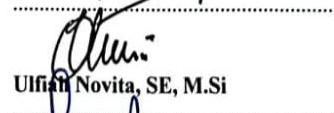

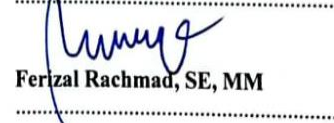
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Fibriona Delvian  
 NIM : 11970125002  
 Jurusan : Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
 Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).  
 Tanggal Ujian : 11 Mei 2023

**Tim Penguji**

Ketua	 Astuti Melinda, SE, MM
Sekretaris	 Ulfiah Novita, SE, M.Si
Anggota	 Riki Hanri Marau, SE, MM
Anggota	 Ferizal Rachmad, SE, MM



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2023

Tanggal : 04 Mei 2023

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NABILA FIBRIONA DELVIAN  
 NIM : 11970125002  
 Tempat/Tgl. Lahir : KOTOTINGGI, 4 Februari 2000  
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
 Prodi : Manajemen SI  
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Pengaruh Customer Review, Trust dan Ease Of Use Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 5 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



NABILA FIBRIONA DELVIAN  
 NIM : 11970125002

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*, *TRUST* DAN *EASE OF USE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU)**

**NABILA FIBRIONA DELVIAN**

**NIM. 11970125002**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Customer Review, Trust dan Ease Of Use Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru). Adapun populasi dalam penelitian ini Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani yang pernah melakukan pembelian secara online di Tokopedia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling purposive, dimana teknik ini mengambil sampling dengan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil ini menunjukkan bahwa Customer Review, Trust dan Ease Of Use berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru) ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 60,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Customer Review (X1), Trust (X2) dan Ease Of Use (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci :** *Customer Review, Trust, Ease Of Use dan Keputusan Pembelian*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil`alamin dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Review, Trust* dan *Ease Of Use* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)”. Penyusunan skripsi ini merupakan langkah awal untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Program Studi Manajemen (S1), Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Saya sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta do`a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda Delvi.R dan Ibunda Nitra Lida yang telah melahirkan, membesarkan serta mendidik, mendo`akan, memberikan semangat sekaligus memberikan dukungan materi dan selalu memberikan kasih sayang sehingga sampai pada perguruan tinggi saat ini, serta Adik saya yang selalu ada dan mendo`akan yang tak henti untuk penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, sebagai rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan penulias untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Ibu DR. Hj. Mahyarni, SE, MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Hariza Hasyim, SE, M.Si selaku penasehat akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Nurrahmi Hayani, SE, MBA selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama dalam masa perkuliahan.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan baik secara langsung maupun tidak langsung.
9. Dan ucapan terimakasih banyak untuk diri sendiri yang telah berjuang dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Kepada Budi Andika, orang yang selalu disamping penulis saat suka maupun duka yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
11. Untuk seluruh anggota lokal Manajemen A, Manajemen Pemasaran C dan seluruh anggota KKN Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi.

Jazakumullah khairan katsiron, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin Yarabbal`alamin.

Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 4 April 2023

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

**NABILA FIBRIONA DELVIAN**

**NIM. 11970125002**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah .....	9
3. Tujuan Penelitian .....	10
4. Manfaat Penelitian .....	11
5. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
1. Manajemen Pemasaran.....	14
1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
2. Perilaku Konsumen .....	16
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
2.2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	17
3. Keputusan Pembelian.....	22
3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
3.2. Proses Keputusan Pembelian .....	23
3.3. Indikator Keputusan Pembelian .....	25
3.4. Pandangan Islam Mengenai Keputusan Pembelian .....	27
4. <i>Customer Review</i> .....	28
4.1. Pengertian <i>Customer Review</i> .....	28
4.2. Indikator <i>Customer Review</i> .....	29
5. <i>Trust</i> .....	30
5.1. Pengertian <i>Trust</i> .....	30
5.2. Indikator <i>Trust</i> .....	32
5.3. Pandangan Islam Mengenai <i>Trust</i> .....	32
6. <i>Ease Of Use</i> .....	33
6.1. Pengertian <i>Ease Of Use</i> .....	33
6.2. Indikator <i>Ease Of Use</i> .....	35
7. Hubungan Antar Variabel .....	36
7.1. Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
7.2. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
7.3. Pengaruh <i>Ease Of Use</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
8. Penelitian Terdahulu .....	38
9. Variabel Penelitian .....	40
9.1. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ).....	40
9.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ) .....	40
10. Hipotesis Penelitian.....	41
11. Kerangka Pemikiran.....	42
12. Konsep Operasional Variabel .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
1. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	46

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.	Jenis Dan Sumber Data .....	46
2.1.	Jenis Data .....	46
2.1.1.	Data Kuantitatif .....	46
2.2.	Sumber Data.....	46
2.2.1.	Data Primer .....	46
2.2.2.	Data Sekunder.....	47
3.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.1.	Kuisisioner (Angket).....	48
4.	Skala Pengukuran.....	48
5.	Populasi Dan Sampel .....	49
5.1.	Populasi.....	49
5.2.	Sampel.....	49
6.	Metode Analisis Data.....	52
7.	Uji Kualitas Data.....	52
7.1.	Uji Validitas .....	52
7.2.	Uji Reliabilitas .....	53
8.	Uji Asumsi Klasik.....	53
8.1.	Uji Normalitas.....	54
8.2.	Uji Multikolinieritas.....	54
8.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	55
9.	Regresi Linear Berganda.....	55
10.	Uji Hipotesis .....	56
10.1.	Uji Secara Parsial (Uji T).....	56
10.2.	Uji Secara Simultan (Uji F) .....	57
10.3.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>59</b>
1.	Sejarah Tokopedia.....	59
2.	Visi Dan Misi Tokopedia.....	61
2.1.	Visi.....	61
2.2.	Misi .....	61
3.	Logo Dan Maskot Tokopedia .....	62
3.1.	Logo .....	62
3.2.	Maskot.....	62
4.	Sejarah Kecamatan Tuah Madani .....	63
5.	Visi Dan Misi Kecamatan Tuah Madani.....	66
5.1.	Visi.....	66
5.2.	Misi .....	67
6.	Kondisi Umum Kecamatan Tuah Madani.....	67
6.1.	Geografis .....	67
6.2.	Demografi .....	69
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>71</b>
1.	Karakteristik Responden .....	71
1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	72
1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	73
1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	75
2. Frekuensi Pernyataan Responden .....	77
2.1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Review</i> (X1) .....	77
2.2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i> (X2) .....	78
2.3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Ease Of Use</i> (X3) .....	80
2.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	81
3. Uji Kualitas Data.....	83
3.1. Uji Validitas .....	83
3.2. Uji Reliabilitas .....	86
4. Uji Asumsi Klasik.....	87
4.1. Uji Normalitas .....	88
4.1.1. Histogram .....	88
4.1.2. Plot.....	89
4.1.3. <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	90
4.2. Uji Multikolinieritas.....	91
4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	92
5. Regresi Linear Berganda.....	93
6. Uji Hipotesis .....	94
6.1. Uji Secara Parsial (Uji T).....	95
6.1.1. Variabel X1 Terhadap Y.....	96
6.1.2. Variabel X2 Terhadap Y.....	96
6.1.3. Variabel X3 Terhadap Y.....	97
6.2. Uji Secara Simultan (Uji F) .....	98
6.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	99
7. Pembahasan.....	100
7.1. <i>Customer Review</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia.....	100
7.2. <i>Trust</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia.....	102
7.3. <i>Ease Of Use</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia.....	103
7.4. <i>Customer Review, Trust</i> dan <i>Ease Of Use</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia.....	104
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>106</b>
1. Kesimpulan .....	106
2. Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (per Januari).....	1
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Terbanyak di Indonesia.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 2.2	Konsep Operasional Variabel .....	44
Tabel 4.1	Data Kependudukan Kecamatan Tuah Madani .....	69
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	72
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	74
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Review</i> (X1) .....	77
Tabel 5.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i> (X2).....	78
Tabel 5.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Ease Of Use</i> (X3) .....	80
Tabel 5.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	81
Tabel 5.10	Uji Validitas X1 ( <i>Customer Review</i> ) .....	83
Tabel 5.11	Uji Validitas X2 ( <i>Trust</i> ) .....	84
Tabel 5.12	Uji Validitas X3 ( <i>Ease Of Use</i> ).....	85
Tabel 5.13	Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian).....	86
Tabel 5.14	Uji Reliabilitas .....	87
Tabel 5.15	Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov-Smirnov</i> ) .....	90
Tabel 5.16	Uji Multikolinieritas.....	91
Tabel 5.17	Uji Regresi Linear Berganda.....	93
Tabel 5.18	Uji T (X1 Terhadap Y).....	96
Tabel 5.19	Uji T (X2 Terhadap Y).....	96
Tabel 5.20	Uji T (X3 Terhadap Y).....	97
Tabel 5.21	Uji F .....	98
Tabel 5.22	Uji R <sup>2</sup> .....	99

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	43
Gambar 4.1	Logo Tokopedia .....	62
Gambar 4.2	Maskot Tokopedia.....	62
Gambar 4.3	Peta Wilayah Kecamatan Tuah Madani .....	68
Gambar 5.1	Uji Normalitas (Histogram) .....	88
Gambar 5.2	Uji Normalitas (Plot).....	89
Gambar 5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	92



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi internet pada saat ini sangat berdampak terhadap hampir semua sisi kehidupan masyarakat tanpa mengenal batas. Majunya teknologi disertai dengan berkembangnya dunia bisnis saat ini, membuat aktivitas masyarakat Indonesia lebih mudah dan membawa pengaruh terhadap cara serta pola pikir masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Kemajuan teknologi didukung oleh internet yang menyediakan informasi dan dapat menghubungkan orang diseluruh penjuru dunia tanpa batasan dan waktu. Internet merupakan sarana teknologi yang dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi jual beli, riset, sarana pertukaran data dan lainnya.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (per Januari)**

Tahun	Pengguna Internet di Indonesia
2019	174 juta jiwa
2020	176 juta jiwa
2021	203 juta jiwa
2022	205 juta jiwa
2023	212,9 juta jiwa

**Sumber : We Are Social**

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa aporan We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 lebih tinggi dibandingkan setahun lalu. Januari 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya, maka pemerintah diharapkan bisa terus mendukung perluasan jangkauan ke seluruh pelosok negeri. Sebab di era digital ini internet bisa sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis maupun hiburan. Hal itu dimanfaatkan banyak perusahaan dengan membuka lahan bisnis online (*e-commerce*).

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat sebagai media pemasaran telah menjadi fenomena global, yang menyebabkan pesatnya pertumbuhan *e-commerce* dalam dekade terakhir yakni dengan merubah perilaku konsumen dari pembelian secara *offline* menjadi pembelian secara *online*. Alasan dari perubahan perilaku konsumen ini didasarkan pada kemudahan yang ditawarkan oleh sistem belanja *online*. Jika dulu ketika ingin berbelanja kita harus pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan terdekat, sekarang hanya dengan bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet dimana dan kapan saja konsumen merasa terbantu dalam memperoleh produk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang diinginkan. Fenomena tersebut menjadi peluang bagi para pelaku bisnis untuk menyediakan ataupun membuat suatu aplikasi yang dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan jual beli *online* (*e-commerce*).

Salah satu *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia banyak menawarkan berbagai produk untuk konsumennya. Tokopedia merupakan tempat yang memungkinkan individu, toko kecil maupun *brand* untuk melakukan jual beli atau transaksi secara *online*. Bisnis *e-commerce* adalah sektor bisnis yang mempunyai pasar yang potensial dan besar sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Seperti yang bisa dilihat pada gambar dibawah ini :

**Tabel 1.2**

**Jumlah Pengunjung *E-commerce* Terbanyak di Indonesia**

<i>E-commerce</i>	Jumlah pengunjung
Shopee	173,6 kunjungan
Tokopedia	129,7 kunjungan
Lazada	73,7 kunjungan
Blibli	33,9 kunjungan
Bukalapak	20,3 kunjungan

**Sumber : Similarweb**

Berdasarkan tabel 1.2 data SimilarWeb, Shopee merupakan *e-commerce* dengan kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kuartal IV 2022. Sedangkan kunjungan situs ke Tokopedia menurun dari yang sebelumnya tetapi angkanya masih tergolong tinggi dan masuk daftar lima besar nasional. Karena pada saat ini Tokopedia menduduki posisi kedua dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia. Hal tersebut menjadi tantangan terbesar bagi perusahaan-perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar, serta menarik perhatian konsumen agar melakukan keputusan pembelian.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk maka mereka akan memilih dengan alasan-alasan tertentu untuk sebuah produk tersebut, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Dalam melakukan keputusan dalam pembelian banyak faktor yang menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian secara *online* yaitu faktor resiko seperti halnya terdapat kecemasan akan suatu produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan ketakutan akan penipuan. Kemampuan konsumen dalam melakukan penilaian suatu produk secara *offline* dan *online* tentu terdapat perbedaan. Pada situs belanja *online* terdapat fitur-fitur yang dapat membantu konsumen dalam mencari sebuah informasi mengenai suatu produk yang akan dibeli yaitu fitur ulasan produk yang dapat dilihat sebelum melakukan pembelian. Konsumen yang teliti akan cenderung memperhatikan ulasan-ulasan yang diberikan oleh pembeli sebelumnya yang tersedia di Tokopedia. Fitur ulasan produk ini diciptakan agar konsumen dapat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbantu untuk mendapatkan informasi suatu produk tersebut. Ulasan produk ini dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan pembelian kepada calon konsumen dan konsumen.

Dalam praktiknya secara langsung, kegiatan jual beli online tersebut sangat sensitif atau berkaitan erat dengan masalah kepercayaan. Kepercayaan konsumen merupakan yang terpenting untuk berhasilnya transaksi jual beli *online* dikarenakan konsumen memiliki keterbatasan untuk menjangkau langsung kondisi fisik yang diperjualbelikan dan tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan penjual. Minimnya kepercayaan konsumen pada situs/*website* mengakibatkan konsumen takut untuk melakukan keputusan pembelian secara *online*.

Pertimbangan terakhir yang menjadi keputusan pembelian adalah kemudahan penggunaan, dimana kemudahan penggunaan tersebut menjadi pertimbangan saat konsumen ingin membeli, pada saat pertama kali belanja *online* dan cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja karena faktor keamanan serta belum tahu cara bertransaksi *online*. Kemudahan yang diberikan dalam hal proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain secara efektif dan efisien merupakan salah satu faktor kunci mengapa teknologi informasi tersebut begitu diminati oleh masyarakat luas. Faktor kemudahan pada situs jual beli online tersebut adalah dalam hal efisiensi dan efektivitas seperti menghemat waktu dan tenaga

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena adanya perbedaan jarak antar lokasi. Dengan adanya situs jual beli online ini, hal-hal yang menjadi hambatan tersebut bisa diatasi dengan kemajuan teknologi internet saat ini.

Tokopedia memberikan sebuah kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli atau kegiatan usaha dengan media internet sebagai sarana penunjang segala macam aktifitas bisnis tersebut. Sebuah kemudahan ketika kita ingin membuka usaha pada situs jual beli Tokopedia ini sangat mudah untuk dilakukan dengan berbagai tahapan yang ada dan cara pemasaran yang baik untuk dapat dilihat, dikunjungi serta diminati oleh calon pembeli tentang produk apa saja yang ditawarkan. Begitu juga dalam hal kemudahan proses transaksi, Tokopedia sudah bekerja sama dengan bank-bank terkemuka di Indonesia dalam hal menjaga keamanan demi menekan angka kecurangan ataupun penipuan yang tidak diharapkan oleh pihak manapun yang terlibat dalam transaksi secara online tersebut.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan penulis terhadap 3 orang pengguna Tokopedia. Dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 3 Januari 2023 kepada pengguna aplikasi belanja *online* yang berinisial “JJ” lebih memilih Tokopedia karena untuk menggunakan fitur ulasan produknya mudah digunakan, Tokopedia juga menyediakan fitur balasan ulasan otomatis khusus untuk rating produknya 4 dan 5, fitur ulasan produknya juga dapat memfilter berdasarkan topik populer dan ada juga notifikasi ulasan produk untuk

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang belum dibalas. Dan “JJ” juga berpendapat bahwa balasan atau tanggapan penjual terhadap ulasan pembeli sebelumnya mempengaruhi keputusan untuk berbelanja.

Hal ini berbeda dengan pendapat yang diutarakan oleh berinisial “NA” lebih memilih Tokopedia karena tampilannya yang sederhana, segar dan menarik karena warnanya hijau. Dan Tokopedia juga menyediakan banyak promo gratis ongkir, diskon dan masih banyak lagi sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunakannya. Setelah permasalahan yang cukup rumit melanda Tokopedia “NA” tetap memilih menggunakan *e-commerce* tersebut karena lebih mempercayai Tokopedia dibandingkan *e-commerce* yang lainnya.

Sedangkan hasil wawancara dari seorang ibu rumah tangga yang berinisial “RY” memilih Tokopedia karena mudah digunakan untuk pemula, dan banyaknya pilihan barang di Tokopedia memudahkan konsumen untuk membeli barang tanpa harus keluar rumah apalagi berbelanja kebutuhan atau perlengkapan untuk rumah.

Beberapa penelitian ini merupakan hasil dari penelitian sebelumnya mengenai keputusan pembelian yang telah dilakukan oleh dilakukan beberapa peneliti. Menurut **Saripa (2019)** meneliti Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan di Kota Makassar) menunjukkan bahwa berpengaruh secara parsial dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

simultan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin positif suatu ulasan produk maka akan semakin tinggi kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian di Tokopedia. Dan dapat disimpulkan bahwa ulasan dapat menjadi strategi pemasaran baru bagi penjual jika ingin meningkatkan penjualannya di Tokopedia.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh **Samsinar (2021)** meneliti Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia pada Masyarakat Millennial Desa Bagan Jaya Kecamatan Enok menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Untuk dapat meningkatkan penjualan sebaiknya harus meningkatkan kepercayaan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh **Gafi Alfisyahrin (2019)** meneliti Pengaruh *Ease Of Use, Trust Dan Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Tokopedia oleh Masyarakat Kota Pekanbaru menunjukkan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial dan simultan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Meningkatnya pengguna *e-commerce* pada saat ini, membuat penelitian tentang *Customer Review, Trust dan Ease Of Use* menarik untuk dilakukan. Hal ini dilakukan untuk membantu konsumen agar

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki pengalaman berbelanja *online* lebih baik daripada berbelanja *offline*. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan agar perusahaan maupun pebisnis mendapatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang lebih baik khususnya pada media *online*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)”**.

## 2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah *Customer Review* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)?
2. Apakah *Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah *Ease Of Use* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)?
4. Apakah *Customer Review*, *Trust* Dan *Ease Of Use* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)?

**3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).
2. Untuk Mengetahui Pengaruh *Trust* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Ease Of Use* Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Customer Review, Trust* Dan *Ease Of Use* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).

#### 4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memperluas dan mendapatkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan menambah pengalaman penelitian dibidang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan *Customer Review, Trust* Dan *Ease Of Use*.

2. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi sebagai sumber informasi dan bacaan serta untuk menambah pengetahuan mereka yang terkait dengan *Customer Review, Trust* Dan *Ease Of Use*.

3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saat akan melakukan pembelian yang terkait dengan *Customer Review, Trust Dan Ease Of Use*.

4. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Customer Review, Trust Dan Ease Of Use*.

**5. Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dan memudahkan pembahasan proposal penelitian ini, pembahasan dilakukan secara komprehensif dan sistematis meliputi :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu : Pengertian manajemen pemasaran, pengertian perilaku konsumen, pengertian *customer review, trust dan ease of use*, keputusan pembelian dan penelitian terdahulu.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel serta teknik pengolahan data dan analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini diuraikan secara singkat sejarah, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

### **BAB V : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian Pengaruh *Customer Review, Trust dan Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini mengemukakan tentang kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta saran yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1. Manajemen Pemasaran

##### 1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Seluruh perusahaan menginginkan bahwa seluruh kegiatan yang dijalankan berjalan dengan baik, berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal. Langkah untuk mencapai hal tersebut diperlukan pengelolaan yang baik dalam melaksanakan seluruh kegiatan, pengelolaan dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut yang dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Manajemen pemasaran menurut **Daryanto (2011)** adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain..

Menurut **Kotler dan Armstrong (2014)** pemasaran pada umumnya merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Assauri (2015) dalam **Ani et al., (2021)**, manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Sedangkan menurut Suparyanto dan Rosad (2015) dalam **Adabi (2020)**, manajemen pemasaran merupakan proses menganalisis, merencanakan, mengatur dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut **Kotler dan Keller (2016)** manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran untuk mendapatkan, meningkatkan serta mempertahankan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Perilaku Konsumen

### 2.1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut **Indrasari (2019)** perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Menurut **Kotler dan Keller (2012)** perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen adalah pembelajaran tentang bagaimana suatu individu, kelompok maupun organisasi dalam menyeleksi, menggunakan, membeli maupun mendisposisikan barang, gagasan, jasa maupun pengalaman dalam hal memuaskan baik itu kebutuhan maupun sebatas keinginan mereka (**Kotler dan Keller 2016**).

Sedangkan menurut **M. Anang Firmansyah (2018)** perilaku konsumen yaitu proses yang kaitannya erat dengan proses pembelian seperti aktivitas mencari, meneliti maupun mengevaluasi baik itu produk maupun jasa.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku konsumen merupakan suatu kondisi dimana konsumen memilih, membeli, serta memanfaatkan produk/jasa demi memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka (**Jusuf, 2018**).

## 2.2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen

Menurut **Razak (2016)** konsumen berada dalam lingkungan yang kompleks. Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

### a. Pengaruh Lingkungan

Faktor lingkungan terdiri dari unsur-unsur yang terdapat diluar individu yang mempengaruhi konsumen, unit pengambilan keputusan dan para pemasar. Faktor-faktor eksternal adalah sebagai berikut :

#### 1. Budaya

Budaya merupakan suatu konsepsi yang komprehensif karena budaya hampir mencakup semua hal yang mempengaruhi preferensi manusia dalam pengambilan keputusan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Kelas Sosial

Kelas sosial mengarah pada suatu status sosial dimana kelompok dan individu dibedakan dalam penghargaan (*esteem*) dan prestise (*prestige*). Kelompok sosial ini dapat dikelompokkan menjadi kelas atas (*upper*), kelas menengah (*middle*), kelas kerja (*working*) dan kelas bawah (*lower level*).

## 3. Pengaruh Pribadi

Hal ini berhubungan dengan orang-orang yang memiliki hubungan erat dengan kita yang dapat menjadi kelompok acuan kompratif serta dapat berfungsi sebagai pemimpin opini.

## 4. Keluarga

## 5. Situasi

Situasi ialah pengaruh yang timbul dari faktor-faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang tidak berhubungan dengan karakteristik konsumen dan produk.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengaruh Individu

Lingkungan individu merupakan faktor-faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku, yang meliputi :

1. Sumber daya konsumen

Sumber daya konsumen adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap konsumen dalam setiap situasi pengambilan keputusan

2. Motivasi dan keterlibatan

Merupakan predisposisi abadi yang bisa membangkitkan dan mengarahkan perilaku kearah tujuan tertentu. Motif dapat diklasifikasikan menjadi motif rasional versus rasional. Keterlibatan adalah tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan dan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus didalam situasi spesifik.

3. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang tersimpan dalam memori konsumen yang menggambarkan bagaimana bagaimana pengetahuan konsumen terhadap sebuah produk. Pengetahuan konsumen dapat berupa : pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*knowledge*) dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).

#### 4. Sikap

Sikap adalah hasil evaluasi menyeluruh yang menyebabkan orang memberi respon secara konsisten terhadap sebuah objek atau alternatif yang diberikan, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan. Sikap merupakan variabel yang sangat penting dalam studi perilaku konsumen dalam sebab sikap merupakan determinan utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

#### 5. Kepribadian dan gaya hidup

Merupakan ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang berespon secara konsisten terhadap lingkungannya. Kepribadian juga menyediakan pola khusus organisasi yang membuat individu unik dan berbeda dengan individu lainnya. Gaya hidup merupakan pola atau cara yang digunakan seseorang untuk hidup dan mengelola waktu serta uangnya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Pengaruh psikologis

Keputusan pembelian konsumen selain dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan individu, juga melibatkan proses psikologis. Proses psikologis meliputi :

1. Pengolahan informasi

Berhubungan dengan proses bagaimana sebuah stimuli diterima, ditafsirkan, disimpan dalam ingatan serta bagaimana didapatkan kembali dan digunakan.

2. Pembelajaran

Proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Teori pembelajaran mendasari pengembangan konsep periklanan dalam mempengaruhi pembelian konsumen. Khususnya pada proses penguatan untuk mendorong pembelian ulang dan penciptaan loyalitas terhadap merek.

3. Perubahan sikap dan perilaku

Berhubungan dengan bagaimana proses terbentuknya sebuah sikap. Mengapa seseorang bisa bersikap positif terhadap sebuah produk bersikap negatif terhadap produk lain serta mengapa orang tua dan anak muda memiliki sikap

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berbeda terhadap sebuah produk, merupakan beberapa contoh objek kajian dalam perubahan sikap dan perilaku.

### 3. Keputusan Pembelian

#### 3.1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Tjiptono (2012)** keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen dapat mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu serta mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif yang ada dan dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut **Peter dan Olson (2014)** keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh konsumen sebagai pertimbangan guna memilih dua atau lebih alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk. Keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang diambil dan dijadikan pertimbangan dalam pembelian suatu produk.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2008)** keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan pembelian tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Menurut **Kotler dan Keller (2012)** keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai dan perasaan setelah membeli.

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan sesuatu, biasanya seseorang akan mengambil keputusan sebelum membeli produk tersebut. Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan dimana seorang individu terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh seseorang penjual. (**Indrasari, 2019**).

### **3.2. Proses Keputusan Pembelian**

Proses keputusan pembelian menurut **Kotler dan Keller (2009)** terdiri dari 5 tahap yang dapat dilakukan oleh seorang konsumen. Hal ini nantinya akan menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah pembelian tersebut dilakukan. Tahap proses keputusan pembelian tersebut antara lain :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat diciptakan oleh rangsangan eksternal dan internal. Pemasar harus bisa mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang merasa tergugah oleh kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam 4 kelompok :

1. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
2. Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
3. Sumber publik : media massa, organisasi penentu peringkat konsumen.
4. Sumber pengalaman : penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

c. Evaluasi alternatif

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai.

#### d. Keputusan pembelian

Dalam melakukan niat pembelian, konsumen dapat membuat 5 sub keputusan pembelian, yaitu, keputusan merek, keputusan penyalur, keputusan kuantitas, keputusan waktu dan keputusan cara pembayaran.

#### e. Perilaku pasca pembelian

Setelah konsumen membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakannya pada skala tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian.

### 3.3. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Keller (2012)** indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

#### a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya : keberagaman varian produk dan kualitas produk.

b. Pilihan merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya : kepercayaan dan popularitas merek.

c. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda. Misalnya : ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali, sembilan bulan sekali ataupun setahun sekali.

d. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya : kebutuhan akan produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.4. Pandangan Islam mengenai Keputusan Pembelian

Dalam islam proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur`an yang bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktivitas. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli sebagaimana tertuang dalam Q.S. An-Nisa ayat 29 berikut :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dari ayat diatas diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. *Customer Review*

##### 4.1. Pengertian *Customer Review*

Ulasan produk sama dengan *customer review* dimana calon pembeli mendapat informasi tentang produk atau jasa dari konsumen yang telah mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut.

Ulasan produk adalah sebuah fitur yang digunakan konsumen untuk mendeskripsikan kelebihan atau kekurangan suatu produk dalam bentuk foto atau video yang dapat digunakan sebagai sumber informasi produk, membandingkan produk yang sejenis di toko online lain, dan seleksi produk untuk proses pengambilan keputusan (**Ivadah dan Sharif, 2021**).

Menurut **Khafidatul dan Indra (2020)** ulasan produk adalah tulisan yang ditulis konsumen pada kolom yang sudah disediakan oleh *e-commerce* yang mencerminkan kualitas barang yang sebenarnya, seperti masalah warna, spesifikasi tidak konsisten, masalah penggunaan atau kualitas tinggi, dan pengalaman yang baik.

Ulasan produk merupakan salah satu bentuk penyampaian opini dan sentimen konsumen terhadap sebuah produk secara *online* (**Siringoringo dan Jamaludin, 2019**).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ulasan produk adalah ulasan yang diberikan oleh pelanggan pada produk tersebut (**Spink dalam Nurul, dkk. 2019**). Sedangkan menurut **Collins (2018)** ulasan produk adalah sebuah laporan di sebuah media dimana seseorang memberi opini atas jasa atau produk yang dibeli. Ulasan dari seorang pelanggan berarti memiliki makna opini dari seseorang yang telah menerima pelayanan atau produk dari kegiatan transaksi. Dari ulasan produk kita dapat melihat penilaian konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut baik positif maupun negatif. Hal ini sangat membantu para konsumen yang ingin membeli produk dengan melihat ulasan-ulasan dari pembeli sebelumnya terlebih dahulu.

#### **4.2. Indikator *Customer Review***

Menurut Lackermair, Kailer, dan Kanmaz (2015) dalam **Shafa dan Hariyanto (2020)**, indikator ulasan produk yaitu :

a) Kesadaran

Kesadaran konsumen akan adanya fitur ulasan produk dimanfaatkan untuk menggunakan informasi tentang sebuah produk tersebut.

b) Frekuensi

Konsumen sering menggunakan fitur ulasan produk untuk mendapatkan sebuah informasi yang dicari.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c) Perbandingan

Konsumen memanfaatkan sebuah fitur ulasan produk tersebut untuk membandingkan produk toko yang satu dengan toko yang lainnya.

d) Pengaruh

Fitur ulasan produk memberikan pengaruh terhadap seleksi produk oleh konsumen.

## 5. Trust

### 5.1. Pengertian Trust

Menurut Khotimah dan Febriansyah (2018) dalam **Sobandi & Somantri (2020)**, kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan individu bertingkah laku dengan keyakinan bahwa mitra dapat memberikan yang diharapkan. Kata, janji atau pernyataan orang tersebut dapat diperlihatkan sehingga membentuk sebuah kepercayaan.

Sedangkan Jaya *et al.*,(2020) dalam **Sobandi dan Somantri (2020)** berpendapat bahwa kesediaan yang berlandaskan pada kepercayaan akan berlanjut kepada kemauan membayar lebih,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan pembelian ulang, memiliki komitmen dan rasa tinggi terhadap produk/jasa. Menurut Gunawan (2013) dalam **Jefryansyah dan Muhajirin (2020)**, kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan menggunakan suatu produk atau merek.

Sedangkan Anwar dan Adidarma (2016) dalam **Hana (2019)** berpendapat bahwa kepercayaan merupakan suatu pondasi dalam menjalankan sebuah bisnis. Suatu transaksi antara dua orang atau lebih akan terjadi apabila kedua belah pihak saling percaya. Kepercayaan dalam dunia bisnis tidaklah muncul secara instan, melainkan harus dibangun sejak awal bisnis berdiri.

Selanjutnya definisi kepercayaan menurut **Rangkuti (2016)** yakni keyakinan suatu pihak untuk menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah rasa saling percaya yang antara pihak satu dengan pihak yang lainnya bahwa dapat memberikan sesuatu sesuai dengan apa yang diharapkan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5.2. Indikator *Trust*

Menurut **Maulina Hardiyanti (2012)** indikator kepercayaan konsumen meliputi:

- a. Kredibilitas merupakan kepercayaan seseorang yang diberikan oleh orang lain yang berkaitan dengan sikap, kemampuan dan keahliannya.
- b. Keandalan penjual merupakan kemampuan penjual untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Kepedulian yaitu memperhatikan, menghiraukan, mencampuri perkara orang dan lain sebagainya.
- d. Kompensasi kerugian yaitu imbalan atau ganti rugi yang dilakukan penjual atau perusahaan.
- e. Kejujuran penjual merupakan sikap terbuka apa adanya dan menyatakan sebenar-benarnya.

## 5.3. Pandangan Islam mengenai *Trust*

Kepercayaan merupakan hal yang paling utama dalam hal apapun. Kepercayaan dalam pandangan islam terdapat dalam Q.S.

Al-Anfal ayat 27 berikut :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

27. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.

Dari ayat diatas dapat kita maknai bahwa sebagai seorang muslim kita harus menjaga amanat atau kepercayaan seseorang dan jangan sesekali mengingkarinya. Termasuk dalam bisnis *online* dimana penjual dan pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung dan hanya mengandalkan kepercayaan semata, dan penjual harus bisa menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi tentang produk dengan jelas, serta mengirim barang tersebut sesuai dengan aslinya.

## 6. *Ease Of Use*

### 6.1. Pengertian *Ease Of Use*

**Hinati (2019)** menyatakan bahwa kemudahan adalah sejauh mana seseorang dapat dengan mudah menyelesaikan suatu pekerjaannya karena memanfaatkan suatu sistem atau teknologi. **Musfiroh (2019)** menjelaskan bahwa kemudahan adalah suatu keyakinan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan mengenai kesulitan dalam penggunaan teknologi informasi.

Kemudahan memiliki makna tanpa kesulitan atau tidak memerlukan usaha yang besar ketika pengoperasian teknologi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut. Menurut Susilo (2017) dalam **Alistriwahyuni (2019)**, kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang kemudahan menggunakan teknologi informasi dimana dalam penggunaannya tidak membutuhkan usaha yang besar.

Konsumen akan menggunakan sistem informasi jika dalam penggunaannya tidak sulit. Persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dapat terbebas dari kesulitan usaha, (Wahyuningtyas dan Widiastuti, 2015 dalam **Hasdani et al., 2021**).

Kemudahan penggunaan adalah dimana konsumen merasakan bahwa berbelanja di toko berbasis web akan meningkatkan belanjanya serta sejauh mana konsumen akan merasakan kemudahan interaksi dengan situs web dapat menerima informasi tentang produk yang dibutuhkan (**Laudon and Carol, 2015**).

Jadi dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa suatu kemudahan akan memberikan dorongan bagi perilaku penggunaannya, dimana semakin mudah suatu sistem digunakan maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan sistem tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6.2. Indikator *Ease Of Use*

Menurut Suhir, dkk (2014) dalam **Wijaya dan Warnadi, (2019)**, variabel kemudahan diukur dengan menggunakan indikator yaitu :

- a) Mudah dalam berinteraksi

Artinya konsumen mudah berinteraksi kapan dan dimana saja dengan sistem tersebut.

- b) Mudah dalam melakukan transaksi

Sistem mudah diakses sehingga pengguna mudah dalam melakukan transaksi dan tidak adanya kendala dalam transaksi

- c) Mudah dalam mendapatkan produk

Sistem memudahkan pengguna dalam mendapatkan produk yang diinginkannya.

- d) Mudah untuk dipelajari

Sistem yang digunakan dapat dengan cepat dipelajari dan mudah untuk diingat bagaimana mengoperasikannya.

- e) Mudah untuk digunakan

Sistem mudah untuk digunakan dan mudah untuk dioperasikan oleh penggunanya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 7. Hubungan Antar Variabel

### 7.1. Pengaruh *customer review* terhadap keputusan pembelian

Ulasan produk merupakan pendapat konsumen yang positif maupun negatif di sebuah situs online. Ulasan produk di Tokopedia digunakan untuk mendeskripsikan produk yang dimana konsumen sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Ulasan produk ini dapat berupa foto, video ataupun komentar yang ditulis oleh konsumen.

Ulasan produk adalah sebuah fitur yang digunakan konsumen untuk mendeskripsikan kelebihan atau kekurangan suatu produk dalam bentuk foto atau video yang dapat digunakan sebagai sumber informasi produk, membandingkan produk yang sejenis di toko online lain, dan seleksi produk untuk proses pengambilan keputusan (Ivadah dan Sharif, 2021).

Jadi ulasan produk ini juga bisa dikatakan sebuah komunikasi pemasaran yang baru dan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian karena informasi yang didapat bisa digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi produk yang konsumen butuhkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 7.2. Pengaruh *trust* terhadap keputusan pembelian

Kepercayaan merupakan faktor utama yang menentukan keputusan pembelian. Menurut Gunawan (2013) dalam **Jefryansyah dan Muhajirin (2020)**, kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan konsumen atas produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan harus dijaga dan senantiasa dibina dengan baik. Kepercayaan atas produk tersebut dapat menjadi faktor yang kemudian akan mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian pada produk atau layanan yang dipercaya tersebut.

## 7.3. Pengaruh *ease of use* terhadap keputusan pembelian

Kemudahan penggunaan diartikan oleh seseorang dimana dalam menggunakan sebuah teknologi informasi tersebut tidak membutuhkan usaha yang lebih. Menurut Susilo (2017) dalam **Alistriwahyuni (2019)**, kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang kemudahan menggunakan teknologi informasi dimana dalam penggunaannya tidak membutuhkan usaha yang besar. Konsumen dapat dengan mudah menggunakan dan mengakses situs online, mudah untuk berinteraksi dengan sistem maupun penjual, mudah menemukan produk yang dibutuhkan,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mudah mendapatkan informasi produk, fitur-fitur yang mudah dipelajari dan kemudahan dalam melakukan pembayaran.

Sebuah situs belanja online tidak harus menarik secara teknis tetapi juga harus mudah digunakan agar mampu memberikan asumsi positif bagi konsumen yang akan melakukan transaksi pembelian. Jika penggunaan situs ternyata lebih rumit dibandingkan manfaat yang diperoleh dari belanja online, maka pembeli berpotensi akan lebih memilih berbelanja secara konvensional. Namun jika situs lebih mudah digunakan dan memberikan manfaat, calon pembeli akan menggunakan situs tersebut untuk berbelanja online.

## 8. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti (tahun)	Judul penelitian	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Khudaifah Alfirmasari dan Netty Natarida Marpaung (2022)	Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian pada <i>marketplace</i> shopee di Kabupaten Bekasi	Variabel harga dan objek penelitiannya	Hasil penelitian menunjukkan, terdapat pengaruh positif yang signifikan dari harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian pada <i>marketplace</i> shopee secara parsial maupun simultan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Sri Mulyana (2021)	pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru	Variabel harga dan objek penelitiannya	Harga tidak pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee. Sedangkan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee.
3.	Melinda Agustina, Fidellis Wato Tholok dan Handry (2019)	Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang)	Variabel kualitas informasi	Variabel kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4.	M. Bobby Ardialias dan Nurrahmi Hayani (2022)	Pengaruh kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian online pada marketplace lazada	Variabel keamanan dan persepsi resiko pada marketplace lazada	Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian online.
5.	Ariyananda Pantana Putta dan Ahmad Badawi Saluy (2019)	Analisis kepercayaan, kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian di situs jual beli online lazada di Karawang	Variabel pengalaman berbelanja dan objek penelitiannya	Hasil penelitian kepercayaan, kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Sumber : Dirangkum Beberapa Sumber Penelitian**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 9. Variabel penelitian

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 9.1. Variabel bebas (*independent*)

Menurut **Sugiyono (2020)** variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

X1 = *Customer Review*

X2 = *Trust*

X3 = *Ease Of Use*

### 9.2. Variabel terikat (*dependent*)

Menurut **Sugiyono (2020)** variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Y = *Keputusan Pembelian*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 10. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_{a1}$  : Diduga *Customer Review* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

$H_{01}$  : Diduga *Customer Review* (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

$H_{a2}$  : Diduga *Trust* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

$H_{02}$  : Diduga *Trust* (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H<sub>a3</sub> : Diduga *Ease Of Use* (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

H<sub>03</sub> : Diduga *Ease Of Use* (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

H<sub>a4</sub> : Diduga *Customer Review* (X1), *Trust* (X2) Dan *Ease Of Use* (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

H<sub>04</sub> : Diduga *Customer Review* (X1), *Trust* (X2), Dan *Ease Of Use* (X3) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tokopedia di Kecamatan Tuah Madani di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

## 11. Kerangka Pemikiran

**Sugiyono (2020)** mengemukakan bahwa “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting”.

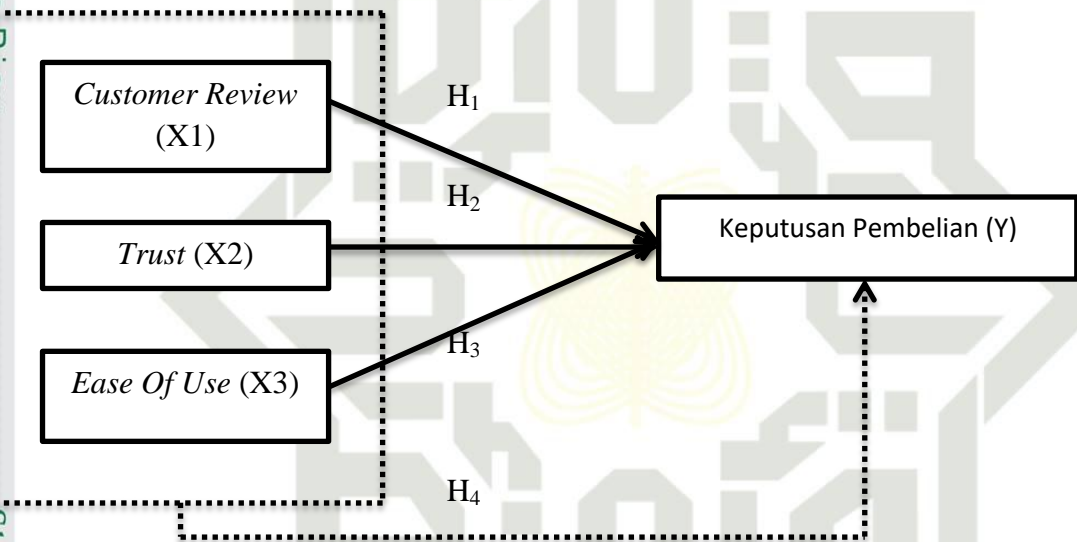
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah *Customer Review* (X1), *Trust* (X2), *Ease Of Use* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berikut gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini :

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran Penelitian**



Sumber : Lackermair, Maulina dan Suhir.

**Keterangan :**



Pengaruh Secara Parsial



Pengaruh Secara Simultan



## 12. Konsep Operasional Variabel

Tabel 2.2

Konsep Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut <b>Tjiptono (2012)</b> keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen dapat mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu serta mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif yang ada dan dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	Menurut <b>Kotler dan Keller (2012)</b> indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut: 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian	<i>Likert</i>
2.	<i>Customer Review</i> (X1)	Ulasan produk adalah sebuah fitur yang digunakan konsumen untuk mendeskripsikan kelebihan atau kekurangan suatu produk dalam bentuk foto atau video yang dapat digunakan sebagai sumber informasi produk, membandingkan produk yang sejenis di toko online lain, dan seleksi produk untuk proses pengambilan keputusan ( <b>Ivadah dan Sharif, 2021</b> )	Menurut Lackermair, Kailer, dan Kanmaz (2015) dalam <b>Shafa dan Hariyanto (2020)</b> , indikator ulasan produk yaitu : 1. Kesadaran 2. Frekuensi 3. Perbandingan 4. Pengaruh	<i>Likert</i>
3.	<i>Trust</i> (X2)	Menurut Khotimah dan Febriansyah (2018) dalam <b>Sobandi &amp; Somantri (2020)</b> , kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan.	Menurut <b>Maulina Hardiyanti (2012)</b> indikator kepercayaan konsumen meliputi: 1. Kredibilitas 2. Keandalan penjual 3. Kepedulian 4. Kompensasi kerugian 5. Kejujuran penjual	<i>Likert</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Case Of Use (X3)</p>	<p>Menurut Susilo (2017) dalam <b>Alistriwahyuni (2019)</b>, kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang kemudahan menggunakan teknologi informasi dimana dalam penggunaannya tidak membutuhkan usaha yang besar.</p>	<p>Menurut Suhir, dkk (2014) dalam <b>Wijaya dan Warnadi (2019)</b>, variabel kemudahan diukur dengan menggunakan indikator yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dalam berinteraksi</li> <li>2. Mudah dalam melakukan transaksi</li> <li>3. Mudah dalam mendapatkan produk</li> <li>4. Mudah untuk dipelajari</li> <li>5. Mudah untuk digunakan</li> </ol>	<p><i>Likert</i></p>
-------------------------	---	---	----------------------

**Sumber : Dirangkum Beberapa Sumber Referensi**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini dimulai bulan Desember 2022 sampai dengan bulan Maret 2023.

#### 2. Jenis dan Sumber Data

##### 2.1. Jenis data

###### 2.1.1. Data kuantitatif

Menurut **Sugiyono (2020)** data kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### 2.2. Sumber data

###### 2.2.1. Data primer

Menurut **Sugiyono (2020)** sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh melalui penyebaran kuesioner tentang Pengaruh *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).

#### 2.2.2. Data sekunder

Menurut **Sugiyono (2020)** sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain. Data ini biasanya diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau hasil karya ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian tentang Pengaruh *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru).

### 3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.1. Kuisisioner (Angket)

Menurut **Sugiyono (2020)** kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan dimensi, tujuannya agar pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

## 4. Skala pengukuran

Menurut **Sugiyono (2020)** skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor misalnya :

- 1) Sangat setuju diberi skor

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Setuju diberi skor
- 3) Cukup setuju diberi skor
- 4) Tidak setuju diberi skor
- 5) Sangat tidak setuju diberi skor

Instrument penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

## 5. Populasi dan sampel

### 5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Tuah Madani yang pernah melakukan kegiatan pembelian secara *online* melalui Tokopedia.

### 5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representive* (mewakili).

Dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah dari populasi yang akan diteliti. Maka perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow*, dimana rumus ini digunakan apabila populasi belum diketahui. Rumusnya sebagai berikut :

$$n = \frac{Za^2 \cdot P (1 - P)}{e^2}$$

**Keterangan :**

n : Total sampel yang diperlukan

Za : Ukuran tingkatan kepercayaan dengan a = 5% = 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga dalam tabel Z ditemukan 1,96.

P : Proporsi, karena data belum didapatkan, maka menggunakan 0,5.

e : Presesi 10% = 0,1

dengan perhitungan :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari perhitungan diatas, total sampel didapat yaitu sebesar 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *nonprobability sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2020). Metode *nonprobability sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020).

Alasan peneliti menggunakan metode *sampling purposive* pada penelitian ini dikarenakan tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang diharapkan, sehingga sampel dalam penelitian ini sudah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan kriteria yang diharapkan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Memiliki usia 17-45 tahun.
- 2) Merupakan Masyarakat Kecamatan Tuah Madani.
- 3) Pernah melakukan pembelian di Tokopedia pada tahun 2022-2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Metode analisis data

Menurut **Sugiyono (2020)** dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (**Sugiyono, 2020**).

## 7. Uji kualitas data

### 7.1. Uji validitas

Menurut **Sugiyono (2018)** menyatakan bahwa instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai tingkat kesalahan kecil, sehingga data yang terkumpul merupakan data yang memadai. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor setiap item dalam kuesioner dengan total skor yang akan diukur, dengan menggunakan *Pearson Bivariate* dalam SPSS. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pertanyaan dalam angket memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, artinya item angket tersebut dinyatakan valid. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir-butir pertanyaan dalam angket berkorelasi tidak signifikan dengan skor total, artinya butir angket tersebut dinyatakan tidak valid.

### 7.2. Uji reliabilitas

Menurut **Ghozali (2013)** uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,60. Menurut **Ghozali (2013)** suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

### 8. Uji asumsi klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 8.1. Uji normalitas

Menurut **Ghozali (2018)** uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel *independent* dan *dependent* berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah nilai probabilitas (sig) >0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

## 8.2. Uji multikolinieritas

Menurut **Ghozali (2018)** uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam regresi, dapat dilihat *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/\text{toleransi}$ ). Nilai cut biasa digunakan untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$< 10$ . Apabila nilai VIF  $< 10$ , berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF  $> 10$  maka terdapat multikolinieritas dalam data.

### 8.3. Uji heteroskedastisitas

Menurut **Ghozali (2018)** uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan kepengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas, dilihat dari nilai koefisien korelasi rank spearman antara masing-masing variabel bebas dan variabel pengganggu. Jika nilai probabilitas (sig)  $>$  dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 9. Regresi linear berganda

**Sugiyono (2018)** mengatakan bahwa regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*, analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel *dependent* jika nilai variabel *independent* mengalami peningkatan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya dapat diskalakan interval rasio. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui pengaruh antara variabel  $X_1$  (*Customer Review*),  $X_2$  (*Trust*),  $X_3$  (*Ease Of Use*) dan  $Y$  (Keputusan pembelian).

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Keterangan :**

- $Y$  : keputusan pembelian
- $a$  : konstanta
- $b_1, b_2$  dan  $b_3$  : koefisien regresi
- $X_1$  : *customer review*
- $X_2$  : *trust*
- $X_3$  : *ease of use*
- $e$  : tingkat kesalahan (*error*)

**10. Uji hipotesis**

**10.1. Uji secara parsial (uji T)**

Menurut **Ghozali (2013)** uji statistik  $t$  pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* ( $X_1$ :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Customer Review*, X2: *Trust* dan X3: *Ease Of Use*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Y: Keputusan Pembelian).

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka :

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian.

- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka :

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara *Customer Review*, *Trust* dan *Ease Of Use* terhadap Keputusan Pembelian.

## 10.2. Uji secara simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan dasar pengambilan sebagai berikut :

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau  $Sig < 0,05$  maka terdapat pengaruh x secara simultan terhadap variabel Y.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau  $Sig > 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

### 10.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut **Ghozali (2013)** koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*, dengan melihat nilai *adjusted*  $R^2$ . Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel *independent* tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel *dependent*. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini :

0 = Tidak Berkorelasi

0,1 – 0,20 = Sangat Rendah

0,21 – 0,40 = Rendah

0,41 – 0,60 = Agak Rendah

0,61 – 0,80 = Cukup

0,81 – 0,99 = Tinggi dan 1 = Sangat Tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 1. Sejarah Tokopedia

Tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 dibawah naungan PT.Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.

Pada tahun 2016, Tokopedia menghadirkan produk teknologi finansial. Produk *fintech* Tokopedia terdiri dari dompet digital, investasi terjangkau, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, produk proteksi, scoring kredit berdasarkan data untuk produk pinjaman, investasi, serta layanan keuangan lainnya.

Pada tahun 2017, Tokopedia meluncurkan produk Deals untuk membantu masyarakat Indonesia mendapatkan penawaran terbaik dari delapan kategori, termasuk Travel dan Activity. Produk ini dimaksudkan untuk membantu bisnis offline melebarkan sayap mereka secara online melalui Tokopedia.

PT. Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau disebut dengan toko *daring*. Sejak didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tenggara. Hingga saat ini, Tokopedia termasuk *marketplace* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia.

Tokopedia turut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara daring dengan Pemerintah dan pihak-pihak lainnya. Salah satu program kolaborasi yang diinisiasi oleh Tokopedia adalah acara tahunan MAKERFEST yang diadakan sejak bulan Maret 2018.

Pada tahun 2019, Tokopedia meluncurkan jaringan Gudang Pintar bernama TokoCabang di tiga kota yakni Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Layanan gudang ini bertujuan untuk membantu para penjual di marketplace tersebut dalam memenuhi pesannya. Pada tahun yang sama, Tokopedia juga menghadirkan Tokopedia Salam, sebuah platform yang mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbagai pilihan produk dan layanan yang baik. Tokopedia Salam juga memiliki fitur halal filter yang membantu pengguna untuk menemukan produk halal secara mudah.

Pada 17 Mei 2021, Tokopedia dan Gojek mengumumkan resmi merger dan membentuk grup GoTo. Nama GoTo sendiri berasal dari singkatan Gojek dan Tokopedia dan juga berasal dari kata gotong royong.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Visi dan Misi Tokopedia

### 2.1. Visi

“Membangun Indonesia lebih baik, lewat internet”.

### 2.2. Misi

- a) Selalu positif
  - *Keep positive attitude* (selalu membangun dan memelihara sikap positif dan menjauhkan sikap negatif).
  - *Build positive teamwork* (belajar dan bertumbuh bersama dan memperlakukan rekan kerja seperti keluarga).
- b) Memecahkan masalah
  - *Solution oriented* (menganalisa inti permasalahan dan kemudian mencari solusi terbaik untuknya).
  - *Think BIG* (berpikir jauh kedepan untuk setiap langkah yang diambil).
  - *Set your standars very very hig* (jangan mudah puas dan selalu temukan target dan tantangan baru).
  - *Acceptings challenges, embracing, mistakes* (menerima tantangan dan belajar dari kesalahan).
- c) Menjadi yang terbaik.
- d) Generasi Indonesia yang lebih baik.
  - *Integrity* (memelihara sikap jujur dan menjaga integritas yang baik).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- *Character* (membangun dan menjaga nilai-nilai karakter diri yang positif).
- e) Fokus pada pelanggan.
  - *Build awesome product* (membangun produk yang bermanfaat)
  - *Give best service* (selalu memberikan pelayanan yang baik).

### 3. Logo dan Maskot Tokopedia

#### 3.1. Logo Tokopedia

Gambar 4.1



Sumber : Tokopedia.com

Tokopedia didominasi dengan warna hijau karena warna hijau identik dengan bumi yang menjadi lambang dari kerendahan hati dan ketenangan. Tokopedia selalu berusaha untuk “tidak egois” dan selalu melihat dari sisi pengguna.

#### 3.2. Maskot Tokopedia

Gambar 4.2



Sumber : Tokopedia.com

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maskot Tokopedia adalah kombinasi antara burung hantu dan kantong belanja. Tokopedia menyebut penggunaan burung hantu karena memiliki arti yang cukup bagus. Burung hantu merupakan simbol kecerdasan dan kebijaksanaan. Selain itu, kantong belanja diharapkan menjadi solusi untuk masyarakat berbelanja tanpa harus bepergian keluar dari rumah sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

#### **4. Sejarah Kecamatan Tuah Madani**

Sejarah Kecamatan Tuahmadani berkaitan erat dengan sejarah Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Kecamatan Tuahmadani adalah hasil dari Pemekaran Kecamatan Tampan yang di tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan.

Pada Tahun 1987 di Keluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1987 Tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru dan Kabupaten Daerah Tingkat II Kampar.

Sesuai dengan isi PP No. 19 Tahun 1987 tersebut, terbentuklah Kecamatan Tampan yang terdiri dari beberapa Desa dan Kecamatan dari Kabupaten Kampar yaitu :

1. Desa Simpang Baru dari Kecamatan Kampar
2. Desa Sidomulyo Barat dari Kecamatan Siak Hulu

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Desa Labuh Baru dari Kecamatan Siak Hulu
4. Desa Tampan dari Kecamatan Siak Hulu

Wilayah Kecamatan Tampan pada saat itu adalah 59,81 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 4 Kelurahan Yaitu :

1. Kelurahan Simpang Baru
2. Kelurahan Tuah Karya
3. Kelurahan Sidomulyo Barat
4. Kelurahan Delima

Pada tahun 2016 Pemerintah Kota Pekanbaru mengeluarkan Perda No. 04 Tahun 2016, tentang Pembentukan Kelurahan di Kota Pekanbaru. Wilayah Kelurahan di Kecamatan Tampan dimekarkan dari 4 Kelurahan menjadi 9 Kelurahan dengan batas-batas Kecamatan sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki (Kota Pekanbaru)
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar)
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai (Kota Pekanbaru)

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tapung (Kabupaten Kampar)

Wilayah Kecamatan Tampan pada saat itu adalah 59,81 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 9 Kelurahan Yaitu :

1. Kelurahan Simpang Baru
2. Kelurahan Tuah Karya
3. Kelurahan Sidomulyo Barat
4. Kelurahan Delima
5. Kelurahan Tobek Godang (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Delima dan Kel. Simpang Baru)
6. Kelurahan Binawidya (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru)
7. Kelurahan Airputih (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru)
8. Kelurahan Tuahmadani (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Simpang Baru dan Kel. Tuah Karya)
9. Kelurahan Sialangmunggu (Wilayah Kelurahan berasal dari Kel. Sidomulyo Barat dan Kel. Tuah Karya)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tahun 2020 Pemerintah Kota Pekanbaru menerbitkan Perda Nomor Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penataan Kecamatan. Perda ini berisikan tentang Pemekaran Kecamatan Tampan Menjadi Kecamatan Tuahmadani, serta Pusat Pemerintahan Kecamatan Tuahmadani berkedudukan di Kelurahan Tuahmadani.

Wilayah Kecamatan Tuahmdani saat ini memiliki luas  $\pm 29,84$  Km<sup>2</sup> dengan 5 Kelurahan di dalamnya, yaitu :

1. Kelurahan Sidomulyo Barat
  2. Kelurahan Sialangmunggu
  3. Kelurahan Tuahkarya
  4. Kelurahan Tuahmadani dan
  5. Kelurahan Airputih.
- 5. Visi dan Misi Kecamatan Tuah Madani**

Sebagai Kecamatan yang baru di mekarkan di Kota Pekanbaru Kecamatan Tuahmadani terus berbenah untuk terus memacu pembangunan disegala bidang demi terwujudnya visi dan misi Kota Pekanbaru.

#### 5.1. Visi

“Terwujudnya Pekanbaru Sebagai *Smart City* yang Madani.”

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5.2. Misi

1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang bertaqwa, berkualitas dan berdaya saing tinggi.
2. Mewujudkan pembangunan masyarakat Madani dalam lingkup masyarakat berbudaya Melayu.
3. Mewujudkan Pekanbaru kota cerdas dan penyediaan infrastruktur yang memadai (sesuai dengan RPJP tahap ke-3).
4. Mewujudkan pembangunan ekonomi berbasis ekonomi kerakyatan dan ekonomi padat modal, pada tiga sektor unggulannya Jasa, Perdagangan dan ekonomi (olahan dan MICE).
5. Mewujudkan lingkungan perkotaan yang layak huni (*Liveable City*) dan Ramah Lingkungan (*Green City*).

## 6. Kondisi Umum Kecamatan Tuah Madani

### 6.1. Geografis

Kecamatan Tuahmadani berbatasan dengan :

Sebelah utara : Kecamatan Binawidya

Sebelah Timur : Kecamatan Marpoyan Damai

Sebelah Barat : Kabupaten Kampar

Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara Astronomis terletak

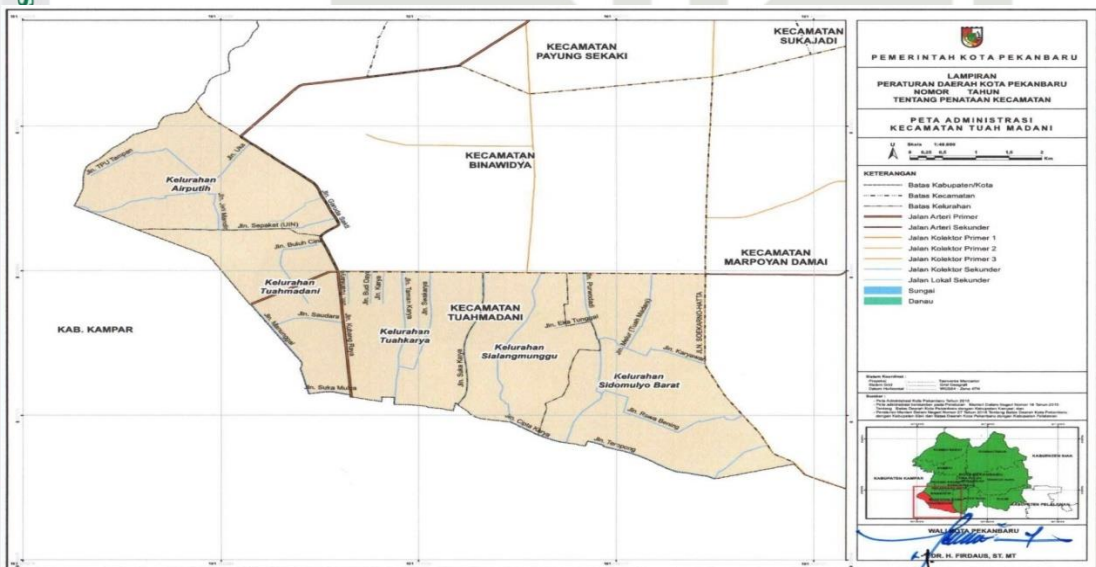
Antara 0°29'11.825" LU, 101°20'35.4"BT dan 0°25'55.4"LU  
101°25'34.6"BT dengan luas wilayah ± **29,84 KM<sup>2</sup>**.

Secara Administratif Kecamatan Tuahmadani dibagi menjadi 5 Kelurahan yaitu:

- a. Kelurahan Airputih;
- b. Kelurahan Sialangmunggu;
- c. Kelurahan Sidomulyo Barat;
- d. Kelurahan Tuahkarya; dan
- e. Kelurahan Tuahmadani.

**Gambar 4.3**

**Peta Wilayah Kecamatan Tuah Madani**



Sumber : Kantor Camat Tuah Madani

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6.2. Demografi

Sebagian besar penduduk Kecamatan Tuahmadani adalah pendatang, sementara penduduk asli tempatannya adalah etnis Melayu Kampar karena sejatinya wilayah Tuahmadani dasarnya adalah Wilayah Kabupaten Kampar.

Pada saat ini Kecamatan Tuahmadani adalah salah satu Kecamatan yang padat penduduk di Kota Pekanbaru di samping letak nya sangat strategis karena berada dekat dengan jalan lintas yang menghubungkan antar Provinsi dan juga Kabupaten terdapat pula perguruan Tinggi Negeri yang menyumbang penduduk tidak tetap di Kecamatan Tuahmadani.

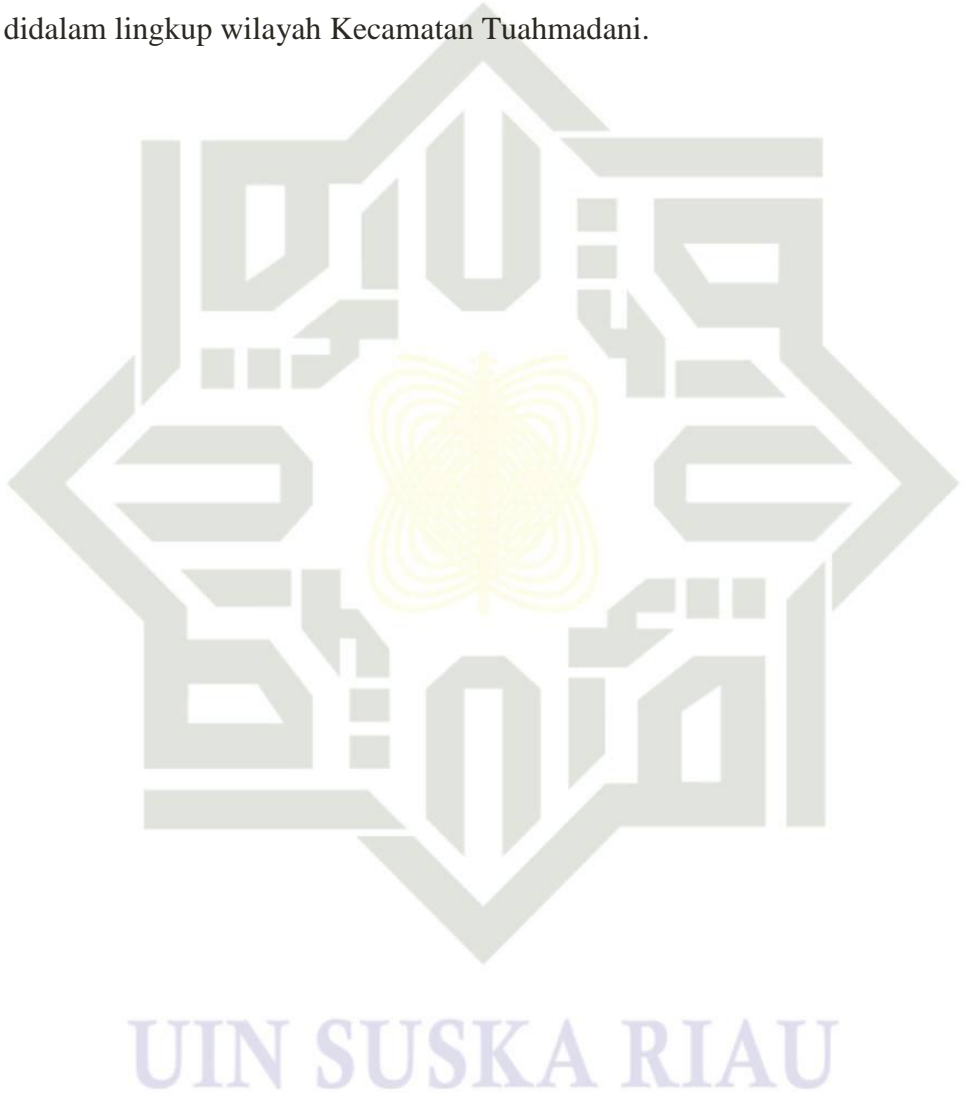
**Tabel 4.1**

**Data Kependudukan Kecamatan Tuah Madani**

Kelurahan	RT	RW	Penduduk		Jumlah penduduk
			Laki-laki	Perempuan	
AIRPUTIH	64	10	12.897	11.672	24.569
SIALANGMUNGGU	127	32	24.188	24.532	48.720
SIDOMULYO BARAT	117	28	25.543	24.058	49.601
TUAHKARYA	85	19	24.521	23.347	47.868
TUAHMADANI	31	8	10.781	9.243	20.024
Total	424	97	97.930	92.843	190.782

**Sumber : Kantor Camat Tuah Madani**

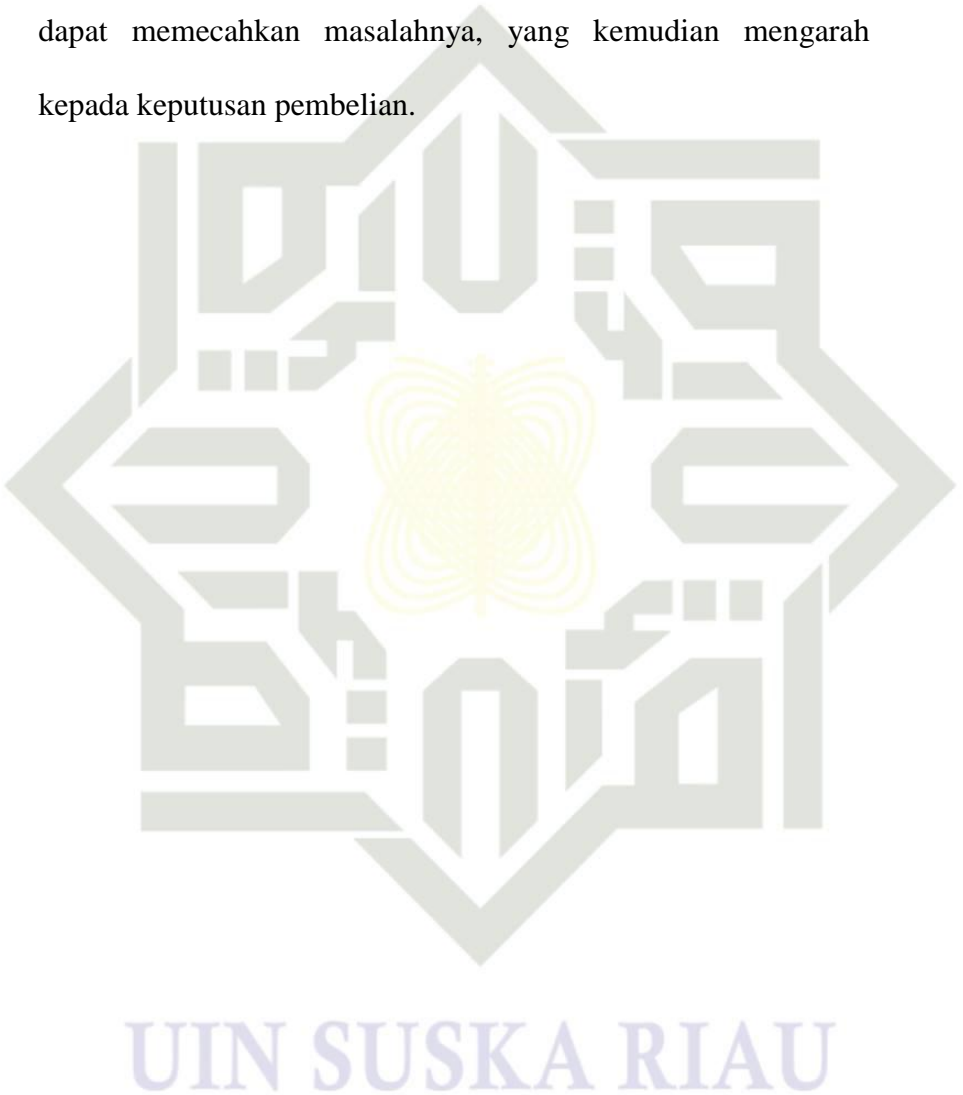
Mata pencaharian penduduk di Kecamatan Tuahmadani sangat beragam mulai dari pedagang, pegawai pemerintahan, karyawan swasta, supir, dan lain-lain. Mayoritas dari penduduk beragama Islam, terlihat dengan banyaknya Masjid yang ada didalam lingkup wilayah Kecamatan Tuahmadani.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Tjiptono (2012)** keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen dapat mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu serta mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif yang ada dan dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul **“Pengaruh *Customer Review*, *Trust*, dan *Ease. Of Use* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)”**, dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

- a) Secara parsial variabel *Customer Review* (X1), memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru). Semakin baik ulasan yang diberikan konsumen maka semakin tinggi keputusan pembelian pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru. Hal ini terjadi karena masyarakat sangat detail dalam mendapatkan informasi yang akurat mengenai produk yang akan dibeli sehingga konsumen merasa yakin dan pasti untuk melakukan keputusan pembelian.
- b) Secara parsial variabel *Trust* (X2), memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru). Kepercayaan merupakan suatu dasar yang sangat penting untuk melakukan aktivitas transaksi atau pembelian secara online. Dengan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan kepercayaan konsumen maka akan meningkatkan pembelian pada Tokopedia.

- c) Secara parsial variabel *Ease Of Use* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru). Dengan adanya kemudahan dan pengetahuan yang baik, maka individu dapat dengan mudah menggunakan dan mempelajari sistem tersebut. Semakin mudah dalam menggunakan atau mengakses situs Tokopedia, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
- d) Secara simultan (bersama-sama) variabel *Customer Review, Trust* dan *Ease Of Use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru).
- e) Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,605 ( 60,5% ) yang menunjukkan bahwa Pengaruh *Customer Review, Trust* dan *Ease Of Use* dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 60,5%, sementara sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

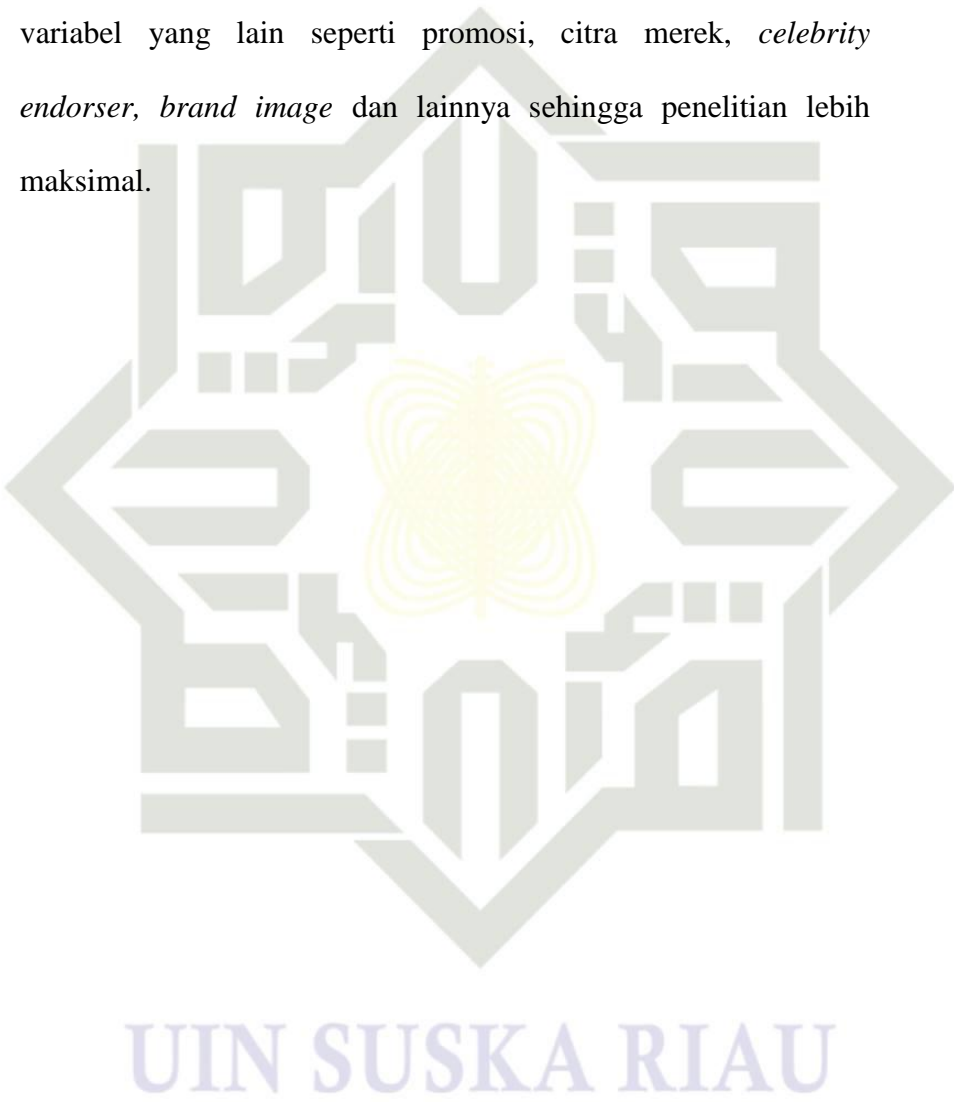
## 2. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini yaitu :

- a) Dari variabel *Customer Review* merupakan hal yang dijadikan konsumen sebagai informasi yang akurat dikarenakan ulasan terkait produk didapat langsung oleh konsumen yang telah membeli. Ulasan pada aplikasi Tokopedia dapat dilihat per produk sehingga konsumen dengan mudah mengetahui apakah produk tersebut mendapatkan ulasan positif atau negatif dari konsumen, sehingga akan memudahkan konsumen lain untuk memutuskan membeli produk tersebut. Hal ini dapat dijadikan motivasi bagi perusahaan maupun penjual untuk dapat memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya.
- b) Dari variabel *Trust* adalah suatu dasar yang sangat penting dalam melakukan transaksi jual beli online. Masyarakat pernah mengalami kebocoran data yang disebabkan oleh peretas dan datanya dijual. Maka diharapkan Tokopedia dapat mempertahankan kepercayaan konsumen melalui peningkatan popularitas dan citra *e-commerce* guna meningkatkan eksistensi Tokopedia dikalangan masyarakat.
- c) Dari variabel *Ease Of Use* yakni mudah untuk melakukan pembelian, transaksi, dan mencari produk yang diinginkan oleh

konsumen. Maka diharapkan Tokopedia tetap mempertahankan dan meningkatkan kemudahan tersebut supaya konsumen tetap bertahan dalam menggunakan aplikasi Tokopedia.

d) Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel-variabel yang lain seperti promosi, citra merek, *celebrity endorser*, *brand image* dan lainnya sehingga penelitian lebih maksimal.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom Depok. *Manajemen*, 12 No.1(1), 32–39.
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.184>
- Affirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Parameter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Alfisyahrin, G. (2019). Pengaruh Ease Of Use, Trust Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Tokopedia Oleh Masyarakat Kota Pekanbaru. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kaim Riau*.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/38284/34957>
- Collins, Jim. 2018. Good To Great. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [databoks.katadata.co.id\(https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022)
- [dataindonesia.id\(https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023\)](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023)
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : satu Nusa.
- Handy, Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9<sup>th</sup> ed)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6094>
- Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>  
<https://www.tokopedia.com>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi Offset.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Gerry Armstrong. 2014. “*Principle Of Marketing.*” In New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. ed. 15. Pearson Education, Inc.
- Madina Nurul Ivadah dan Osa Omar Sharif. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee the Influence of Product Review on Purchase Decision Product Fashion Customer in E-Commerce Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3282–3290.
- Manang Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen*. 1st ed. Yogyakarta: CV Budi Utama. <https://books.google.co.id/books>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

MB, Ardialis, N. H. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE LAZADA*, 2, 1–8.

Maulina Hardiyanti, 2012, “*Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet*.”

Muhani, & Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan FAIR VALUE*, 04(03), 1114–1127.

Mulyana, S. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. [https://doi.org/10.47329/jurnal\\_mbe.v6i2.431](https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431)

Musfiroh, F. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Peter, J. Paul & Jerry, C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat

Putta, A. P., & Saluy, A. B. (2019). Analisis Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Jual Beli Online Lazada Di Karawang. *INDIKATOR (Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis)*, 3(3), 15–24. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/indikator>

Rizak, Mashur. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.

Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.

Samsinar. (2021). Pengaruh Persepsi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia Pada Masyarakat Millennial Desa Bagan Jaya Kecamatan Enok. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>

Sripa. (2019). Pengaruh ulasan dan penilaian produk terhadap keputusan pembelian melalui tokopedia. *Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia*.

Shiffman Leon & Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT. Indeks



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

#### KUISISIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH *CUSTOMER REVIEW*, *TRUST* DAN *EASE OF USE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU)**

---

Terimakasih atas partisipasi Saudara/i responden untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Kuisisioner ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Nabila Fibriona Delvian

Nim : 11970125002

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas : UIN SUSKA RIAU

Dalam rangka pelaksanaan penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh dari setiap variabel. Peneliti sangat mengharapkan bapak/ibu/saudara/saudari agar memberikan jawaban yang sejujurnya dan sesuai dengan kondisi yang dirasakan. Atas perhatian dan bantuan bapak/ibu/saudara/saudari, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## A. Identitas Responden

Petunjuk : Berilah tanda *checkmark* (✓) untuk pilihan yang sesuai dengan dirianda.

1. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
2. Umur :  17-21 tahun  22-27 tahun  
 28-33 tahun  34-39 tahun  
 >40 tahun
3. Pendidikan Terakhir :  SMA  DIPLOMA  
 S1  S2
4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  ASN/PNS  
 Wiraswasta  TNI/POLRI  
 Lainnya
5. Berapa kali melakukan pembelian di Tokopedia :  1 kali  <5 kali  
 >5 kali  >10kali

## B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *checkmark* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kriteria penilaian:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### C. Pernyataan

#### 1. Customer Review (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya mengetahui tentang adanya ulasan produk di Tokopedia.					
2	Saya sering menggunakan testimoni sebagai sumber informasi sebelum membeli produk.					
3	Saya sering membandingkan ulasan produk toko satu dengan toko lainnya.					
4	Testimoni mempengaruhi saya untuk membeli produk tersebut.					

#### 2. Trust (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Produk yang ada di Tokopedia sesuai dengan aslinya.					
2	Penjual di Tokopedia selalu memberikan pelayanan dengan cepat.					
3	Tokopedia mampu mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumennya dengan cepat.					
4	Memberikan kompensasi kerugian kepada konsumen jika ada produk yang tidak sesuai.					
5	Penjual selalu memberikan keterangan produk secara jelas kepada konsumen.					

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**3. Ease Of Use (X3)**

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
	Tokopedia dapat diakses kapanpun dan dimanapun.					
	Tokopedia menjalankan sistemnya dengan sangat baik dalam bertransaksi.					
	Sistem Tokopedia mudah untuk dipelajari.					
	Tokopedia memudahkan saya dalam mendapatkan produk yang diinginkan.					
	Tokopedia mudah digunakan untuk pemula.					

**4. Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian di Tokopedia berdasarkan pada kualitas produk.					
2	Saya memutuskan membeli produk di Tokopedia karena banyaknya merek ternama.					
3	Saya melakukan pembelian di Tokopedia saat adanya kebutuhan.					
4	Jika saya membutuhkan produk lagi saya akan membeli di Tokopedia.					



## Lampiran 2 : Data Kuisiener

Variabel X1 (*Customer Review*)

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
1	5	5	5	5	20
2	5	3	5	5	18
3	5	3	5	5	18
4	3	3	4	3	13
5	3	5	5	5	18
6	3	3	3	3	12
7	3	4	3	3	13
8	3	3	3	3	12
9	5	5	5	3	18
10	3	5	3	3	14
11	3	5	4	5	17
12	3	3	5	3	14
13	5	5	5	3	18
14	4	3	2	3	12
15	3	3	3	3	12
16	3	5	3	3	14
17	5	5	3	3	16
18	3	4	3	3	13
19	3	5	5	5	18
20	3	4	3	4	14
21	3	3	5	3	14
22	3	5	5	5	18
23	3	5	5	5	18
24	3	3	3	3	12
25	5	3	5	5	18
26	5	3	3	3	14
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	4	3	4	16
31	5	5	3	3	16
32	5	5	5	5	20
33	3	3	3	4	13
34	5	3	5	5	18
35	3	5	5	4	17

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	3	5	3	16
39	4	3	3	3	13
40	3	3	3	5	14
41	3	5	4	5	17
42	3	3	5	5	16
43	3	3	3	3	12
44	5	3	3	3	14
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	3	18
47	3	3	3	3	12
48	3	5	3	5	16
49	4	3	4	3	14
50	5	5	4	3	17
51	5	4	4	4	17
52	4	5	4	5	18
53	5	5	4	4	18
54	4	4	4	5	17
55	5	4	4	5	18
56	5	4	5	4	18
57	4	4	5	4	17
58	4	3	4	4	15
59	4	5	4	4	17
60	5	4	4	4	17
61	4	4	4	4	16
62	5	4	4	4	17
63	4	3	5	5	17
64	4	5	4	3	16
65	4	5	5	5	19
66	5	4	4	5	18
67	4	4	5	4	17
68	4	5	4	5	18
69	5	4	4	4	17
70	5	4	3	5	17
71	4	5	5	5	19
72	4	4	5	5	18
73	5	4	4	4	17
74	4	5	5	5	19
75	4	4	4	5	17
76	5	4	5	4	18

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	5	4	5	5	19
78	4	5	4	4	17
79	5	5	4	5	19
80	5	4	3	4	16
81	5	5	4	3	17
82	5	4	5	4	18
83	5	5	4	5	19
84	5	4	5	4	18
85	5	5	4	5	19
86	4	4	4	5	17
87	4	5	5	5	19
88	5	4	3	5	17
89	5	5	4	4	18
90	4	5	5	5	19
91	5	4	5	4	18
92	5	5	4	5	19
93	4	5	5	5	19
94	4	5	4	4	17
95	4	5	5	5	19
96	5	4	4	4	17
97	4	4	5	5	18
98	5	4	4	4	17
99	4	5	3	5	17
100	5	4	4	4	17

Variabel X2 (*Trust*)

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	4	2	3	15
3	4	3	3	3	3	16
4	3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	3	3	18
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	3	4	19
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	2	3	3	14
10	5	5	3	5	3	21
11	3	3	4	2	4	16

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

12	3	3	3	3	3	15
13	3	5	4	5	5	22
14	4	4	4	3	3	18
15	3	3	3	3	3	15
16	3	4	4	4	3	18
17	5	3	3	5	3	19
18	3	4	3	3	3	16
19	3	3	4	4	3	17
20	3	4	4	3	3	17
21	4	3	3	3	3	16
22	3	3	3	3	3	15
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	4	3	16
26	2	2	2	2	4	12
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	3	3	4	16
30	3	3	3	3	3	15
31	4	3	3	3	3	16
32	3	2	4	3	3	15
33	4	4	4	4	4	20
34	4	3	3	4	3	17
35	3	4	4	3	3	17
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	5	3	5	3	5	21
39	3	3	3	4	3	16
40	3	3	3	3	3	15
41	4	4	4	3	4	19
42	4	3	4	2	3	16
43	3	3	3	3	3	15
44	5	5	2	4	5	21
45	4	4	4	4	5	21
46	3	4	4	4	4	19
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	3	5	3	19
49	3	3	3	3	5	17
50	4	3	5	5	5	22
51	3	5	3	5	3	19
52	4	3	4	3	3	17

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

53	3	3	4	3	3	16
54	3	3	4	3	4	17
55	3	3	3	3	4	16
56	4	4	3	3	3	17
57	4	3	3	3	4	17
58	4	3	3	3	4	17
59	4	3	4	4	3	18
60	3	3	4	3	4	17
61	4	4	3	4	3	18
62	3	5	5	5	3	21
63	5	5	3	3	5	21
64	4	5	5	4	5	23
65	4	4	4	5	5	22
66	3	4	3	3	4	17
67	3	3	4	4	3	17
68	4	3	4	3	4	18
69	4	5	4	5	4	22
70	4	5	4	4	5	22
71	3	3	4	4	3	17
72	4	4	5	5	4	22
73	4	4	4	5	4	21
74	3	3	5	5	3	19
75	3	3	3	3	3	15
76	3	3	3	3	3	15
77	4	4	3	4	3	18
78	4	4	5	4	5	22
79	3	3	4	3	4	17
80	3	5	3	5	3	19
81	3	4	3	3	4	17
82	3	3	4	4	3	17
83	4	5	4	5	4	22
84	4	4	3	4	4	19
85	3	3	3	5	3	17
86	4	3	4	3	4	18
87	3	3	4	3	4	17
88	5	3	4	3	3	18
89	3	4	4	3	4	18
90	4	3	3	4	3	17
91	3	3	4	3	4	17
92	3	4	3	3	3	16
93	4	3	4	4	4	19

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

94	4	4	4	3	4	19
95	3	5	3	5	3	19
96	5	3	3	3	5	19
97	4	3	3	5	3	18
98	4	4	4	4	5	21
99	3	3	3	4	3	16
100	5	4	4	4	5	22

Variabel X3 (*Ease Of Use*)

No. Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
1	3	3	3	3	3	15
2	5	3	3	5	5	21
3	5	5	5	3	5	23
4	3	3	3	3	3	15
5	5	3	5	5	3	21
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	4	3	16
8	5	3	3	3	3	17
9	5	3	5	5	5	23
10	5	5	5	3	3	21
11	5	3	3	4	4	19
12	3	3	5	3	5	19
13	5	5	3	5	5	23
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	3	3	15
16	5	3	3	3	3	17
17	3	3	5	5	3	19
18	5	3	3	3	3	17
19	5	5	5	3	3	21
20	3	3	4	3	4	17
21	5	3	3	3	3	17
22	5	5	5	5	5	25
23	5	3	3	3	3	17
24	3	3	4	4	4	18
25	3	3	3	3	3	15
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	3	4	4	3	19

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

30	3	3	3	3	3	15
31	5	3	5	3	3	19
32	5	3	4	2	2	16
33	3	4	4	4	4	19
34	5	3	3	3	3	17
35	3	4	3	3	3	16
36	5	5	3	4	4	21
37	5	5	3	4	4	21
38	3	5	5	3	3	19
39	3	3	3	3	3	15
40	3	3	3	3	3	15
41	5	4	5	5	5	24
42	5	5	5	3	3	21
43	3	3	3	3	3	15
44	5	5	5	5	3	23
45	5	5	5	5	5	25
46	5	3	3	4	4	19
47	3	3	3	3	3	15
48	5	3	3	5	3	19
49	3	4	4	3	3	17
50	5	3	5	3	5	21
51	5	4	4	5	4	22
52	4	5	4	4	3	20
53	4	4	5	5	5	23
54	3	4	5	4	5	21
55	4	5	4	4	3	20
56	5	4	5	4	4	22
57	4	5	4	5	5	23
58	5	4	5	5	4	23
59	4	4	4	4	4	20
60	5	4	5	5	4	23
61	5	5	4	3	5	22
62	5	4	4	4	3	20
63	4	5	5	5	5	24
64	5	4	5	4	5	23
65	4	5	5	5	5	24
66	5	4	5	4	5	23
67	4	5	4	5	4	22
68	5	4	5	4	4	22
69	4	5	4	5	4	22
70	5	4	5	5	5	24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

71	4	5	4	4	5	22
72	5	4	5	5	5	24
73	5	5	4	5	4	23
74	5	4	5	4	5	23
75	4	5	4	5	4	22
76	5	4	5	4	5	23
77	5	5	4	5	5	24
78	5	4	5	4	5	23
79	5	5	4	5	5	24
80	5	4	5	4	4	22
81	4	3	4	5	5	21
82	4	5	4	5	4	22
83	5	4	5	4	5	23
84	4	5	4	5	4	22
85	5	4	5	4	5	23
86	5	5	4	3	4	21
87	4	4	5	4	3	20
88	4	5	4	5	5	23
89	5	4	5	4	5	23
90	5	5	4	3	5	22
91	5	4	5	5	5	24
92	4	5	5	4	4	22
93	5	3	5	5	5	23
94	5	4	3	4	4	20
95	5	5	4	5	3	22
96	5	4	5	4	5	23
97	5	5	4	5	5	24
98	4	4	4	3	4	19
99	5	5	5	4	3	22
100	5	4	4	5	5	23



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No. Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL_Y
1	3	3	3	3	12
2	5	3	5	3	16
3	3	5	3	3	14
4	3	3	3	3	12
5	3	3	4	3	13
6	3	3	3	3	12
7	3	4	3	4	14
8	3	3	3	3	12
9	3	3	5	5	16
10	5	3	3	5	16
11	4	4	5	4	17
12	5	3	5	3	16
13	3	5	5	5	18
14	3	2	3	4	12
15	3	3	3	3	12
16	3	2	3	4	12
17	5	5	3	3	16
18	5	3	3	3	14
19	3	3	3	3	12
20	3	4	3	4	14
21	3	3	3	3	12
22	5	3	3	5	16
23	3	3	3	3	12
24	3	4	3	4	14
25	3	3	3	3	12
26	2	2	2	4	10
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	3	3	3	14
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	5	5	5	5	20
33	3	4	4	4	15
34	3	3	3	3	12
35	3	4	3	4	14
36	4	4	3	4	15
37	4	4	3	4	15
38	5	3	3	5	16

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

39	3	3	4	3	13
40	3	3	3	3	12
41	5	3	5	5	18
42	5	4	5	3	17
43	3	3	4	3	13
44	4	5	5	5	19
45	5	5	5	5	20
46	3	4	3	4	14
47	3	3	3	3	12
48	3	3	4	3	13
49	4	4	4	3	15
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	4	19
52	5	5	4	5	19
53	4	5	5	4	18
54	4	4	5	5	18
55	5	5	4	5	19
56	5	5	5	5	20
57	3	4	5	4	16
58	5	5	5	5	20
59	5	4	5	5	19
60	4	4	5	4	17
61	5	5	4	5	19
62	5	5	5	5	20
63	4	5	5	5	19
64	5	4	5	5	19
65	4	5	4	4	17
66	3	5	5	4	17
67	4	5	5	5	19
68	5	4	4	5	18
69	5	4	5	5	19
70	4	5	5	5	19
71	3	5	4	4	16
72	5	5	3	4	17
73	4	4	4	5	17
74	5	5	5	5	20
75	5	4	5	4	18
76	5	5	5	5	20
77	4	3	4	4	15
78	5	4	3	4	16
79	4	5	5	5	19

80	5	4	4	5	18
81	4	5	4	5	18
82	5	3	5	4	17
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	5	17
85	3	4	3	4	14
86	5	3	4	5	17
87	5	4	5	5	19
88	4	5	5	5	19
89	5	4	5	4	18
90	4	5	5	5	19
91	4	4	4	5	17
92	5	5	3	5	18
93	3	4	5	5	17
94	5	5	4	4	18
95	4	5	5	5	19
96	4	4	3	5	16
97	3	5	5	5	18
98	4	4	4	5	17
99	3	5	4	4	16
100	4	4	5	5	18

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Lampiran 3 : Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	46	46.0	46.0	46.0
	Perempuan	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21 tahun	14	14.0	14.0	14.0
	22-27 tahun	44	44.0	44.0	58.0
	28-33 tahun	12	12.0	12.0	70.0
	34-39 tahun	12	12.0	12.0	82.0
	>40 tahun	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN TERAKHIR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	55	55.0	55.0	55.0
	DIPLOMA	9	9.0	9.0	64.0
	S1	32	32.0	32.0	96.0
	S2	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	43	43.0	43.0	43.0
	ASN/PNS	13	13.0	13.0	56.0
	Wiraswasta	15	15.0	15.0	71.0
	TNI/POLRI	2	2.0	2.0	73.0
	Lainnya	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- Hak Cipta Dilir
1. Dilarang m...
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

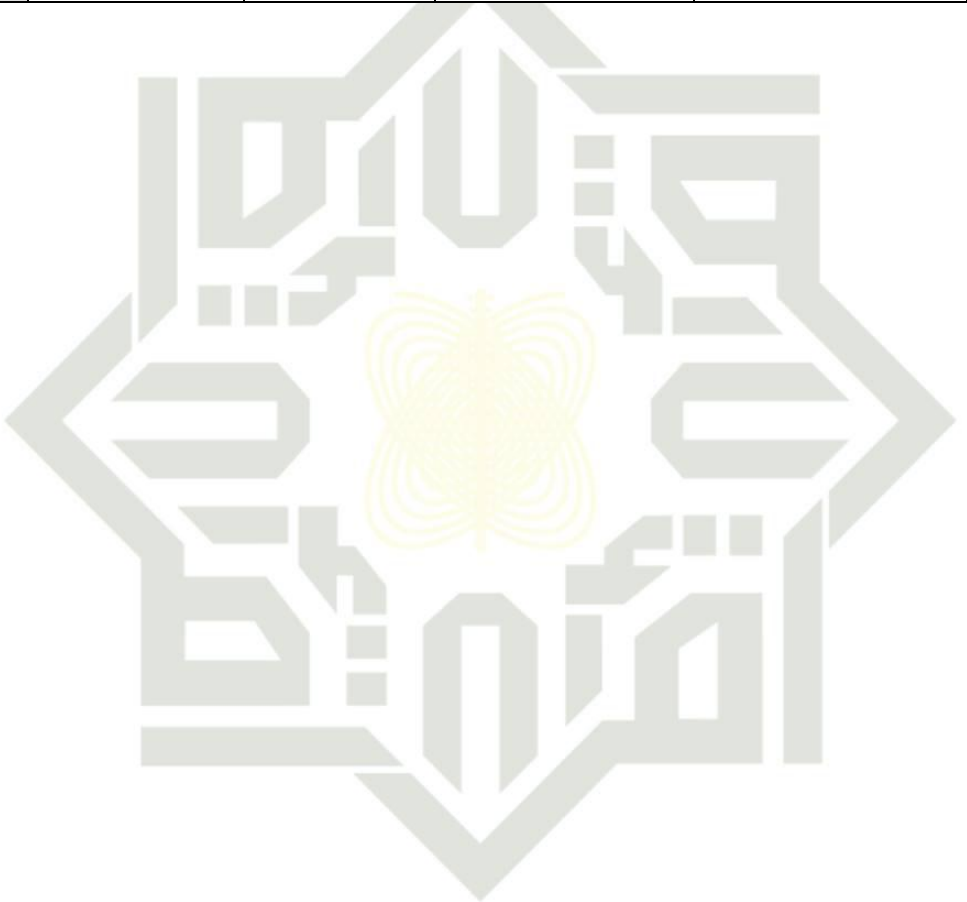
### FREKUENSI PEMBELIAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	19	19.0	19.0	19.0
	<5 kali	21	21.0	21.0	40.0
	>5 kali	32	32.0	32.0	72.0
	>10 kali	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

1. D  
Hak  
ng

au seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



**Lampiran 4 : Frekuensi Pernyataan Responden**

1. Variabel *Customer Review* (X1)

Saya mengetahui tentang adanya ulasan produk di Tokopedia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	50	50.0	50.0	50.0
	Setuju	17	17.0	17.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering menggunakan testimoni sebagai sumber informasi sebelum membeli produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	45	45.0	45.0	45.0
	Setuju	28	28.0	28.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering membandingkan ulasan produk toko satu dengan toko lainnya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	38	38.0	38.0	39.0
	Setuju	33	33.0	33.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Testimoni mempengaruhi saya untuk membeli produk tersebut					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	49	49.0	49.0	49.0
	Setuju	24	24.0	24.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang mengu...
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Variabel *Trust* (X2)

1. Diarang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk yang ada di Tokopedia sesuai dengan aslinya					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	50	50.0	50.0	51.0
	Setuju	39	39.0	39.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penjual di Tokopedia selalu memberikan pelayanan dengan cepat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup Setuju	54	54.0	54.0	56.0
	Setuju	30	30.0	30.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tokopedia mampu mengatasi masalah yang dihadapi oleh konsumennya dengan cepat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Cukup Setuju	45	45.0	45.0	48.0
	Setuju	43	43.0	43.0	91.0
	Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

1. D Hak
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memberikan kompensasi kerugian kepada konsumen jika ada produk yang tidak sesuai					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Cukup Setuju	50	50.0	50.0	54.0
	Setuju	27	27.0	27.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penjual selalu memberikan keterangan produk secara jelas kepada konsumen					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	54	54.0	54.0	54.0
	Setuju	30	30.0	30.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### 3. Variabel *Ease Of Use* (X3)

Tokopedia dapat diakses kapanpun dan dimanapun					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	35	35.0	35.0	35.0
	Setuju	19	19.0	19.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tokopedia menjalankan sistemnya dengan sangat baik dalam bertransaksi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	52	52.0	52.0	52.0
	Setuju	34	34.0	34.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi dari karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sistem Tokopedia mudah untuk dipelajari					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	40	40.0	40.0	40.0
	Setuju	30	30.0	30.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tokopedia memudahkan saya dalam mendapatkan produk yang diinginkan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	50	50.0	50.0	51.0
	Setuju	33	33.0	33.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tokopedia mudah digunakan untuk pemula					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	47	47.0	47.0	48.0
	Setuju	25	25.0	25.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Saya melakukan pembelian di Tokopedia berdasarkan pada kualitas produk					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	45	45.0	45.0	46.0
	Setuju	24	24.0	24.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



U S

University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Saya memutuskan membeli produk di Tokopedia karena banyaknya merek ternama**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Cukup Setuju	43	43.0	43.0	46.0
	Setuju	33	33.0	33.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Saya melakukan pembelian di Tokopedia saat adanya kebutuhan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	47	47.0	47.0	48.0
	Setuju	26	26.0	26.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jika saya membutuhkan produk lagi maka saya akan membeli di Tokopedia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	27	27.0	27.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UIN SUSKA RIAU

- Hak
1. Dilarang mengutip, menyebar, atau seluruhnya karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebarkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Variabel *Trust* (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TRUST
X2.1	Pearson Correlation	1	.698**	.562**	.614**	.479**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.698**	1	.585**	.684**	.505**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.562**	.585**	1	.462**	.529**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.614**	.684**	.462**	1	.435**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.479**	.505**	.529**	.435**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TRUST	Pearson Correlation	.834**	.867**	.778**	.803**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



3 Variabel *Ease Of Use* (X3)

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebutkan sumber:  
penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

ate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	EASE OF USE
X3.1	Pearson Correlation	1	.276**	.334**	.308**	.335**	.631**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.002	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.276**	1	.381**	.397**	.354**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.334**	.381**	1	.356**	.471**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.308**	.397**	.356**	1	.534**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.335**	.354**	.471**	.534**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
EASE OF USE	Pearson Correlation	.631**	.679**	.715**	.738**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)

- Hak Cipta D
1. Dilarang
  - a. Pengu
  - b. Pengu
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

an menyebutkan sumber:  
ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

		Correlations				KEPUTUSAN PEMBELIAN
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
Y.1	Pearson Correlation	1	.382**	.438**	.475**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.382**	1	.529**	.549**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.438**	.529**	1	.526**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.475**	.549**	.526**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.736**	.787**	.801**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta Dilindungi

1. Diarang mengi

atau seluruh

tanpa menc

menyebutka

## Uji Reliabilitas

### 1. Variabel *Customer Review* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.643	4

### 2. Variabel *Trust* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	5

### 3. Variabel *Ease Of Use* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.751	5

### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

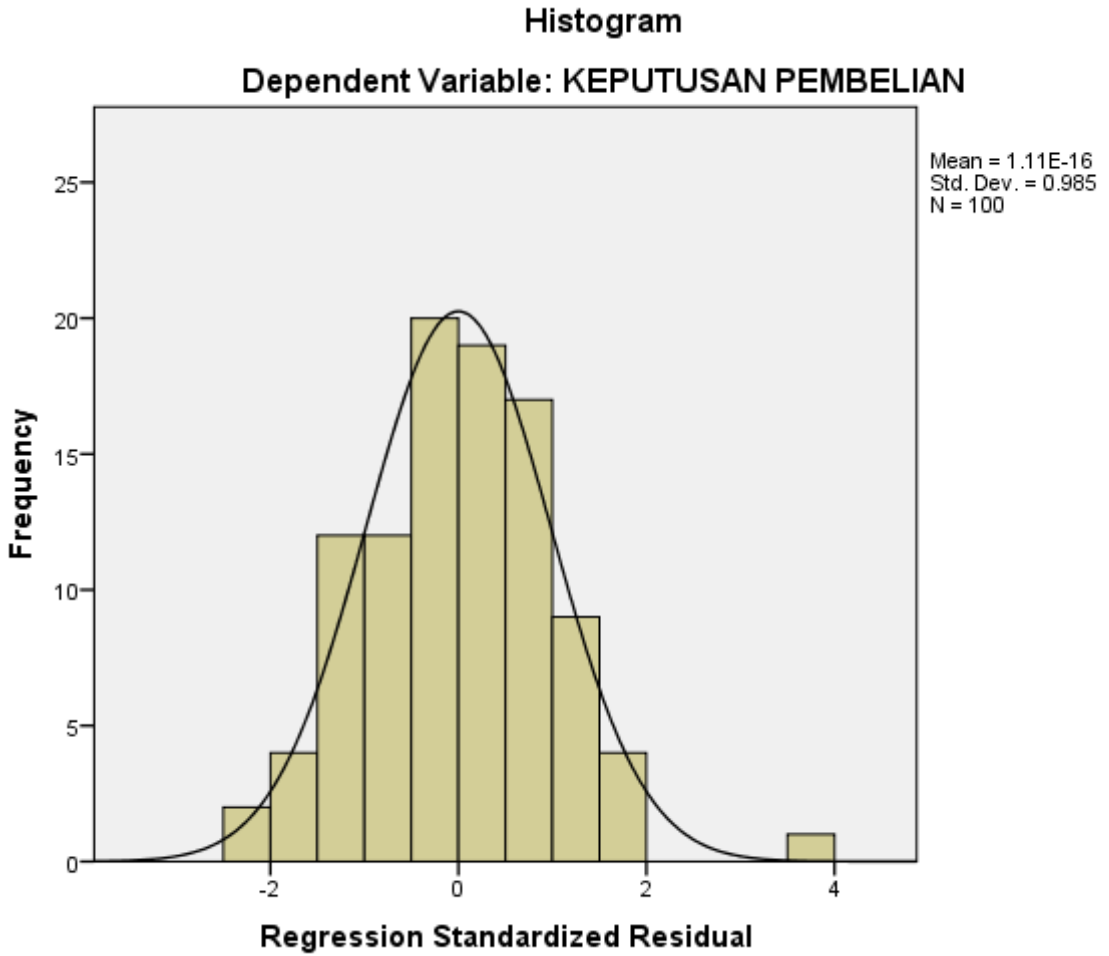
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### 1. Histogram



Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

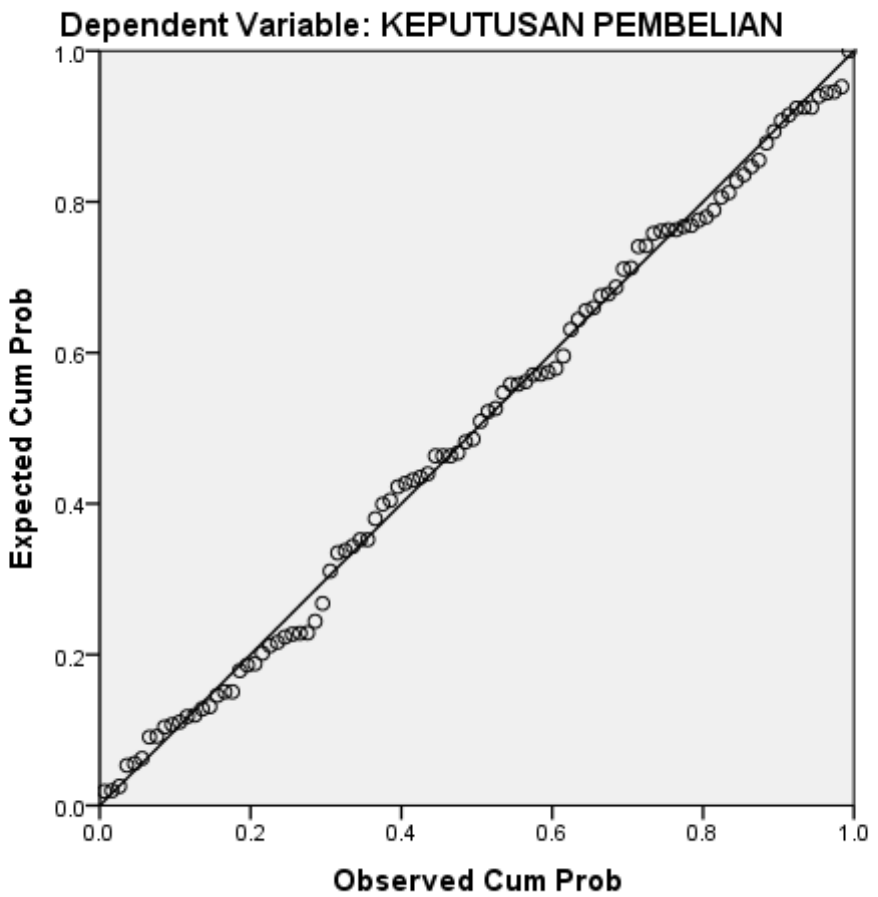
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



UIN SUSKA RIAU

### 3. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70001847
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.034
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

### Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.777	1.401		.554	.581		
	CUSTOMER REVIEW	.141	.100	.116	1.414	.161	.588	1.701
	TRUST	.378	.072	.473	5.262	.000	.493	2.028
	EASE OF USE	.268	.092	.291	2.906	.005	.397	2.522

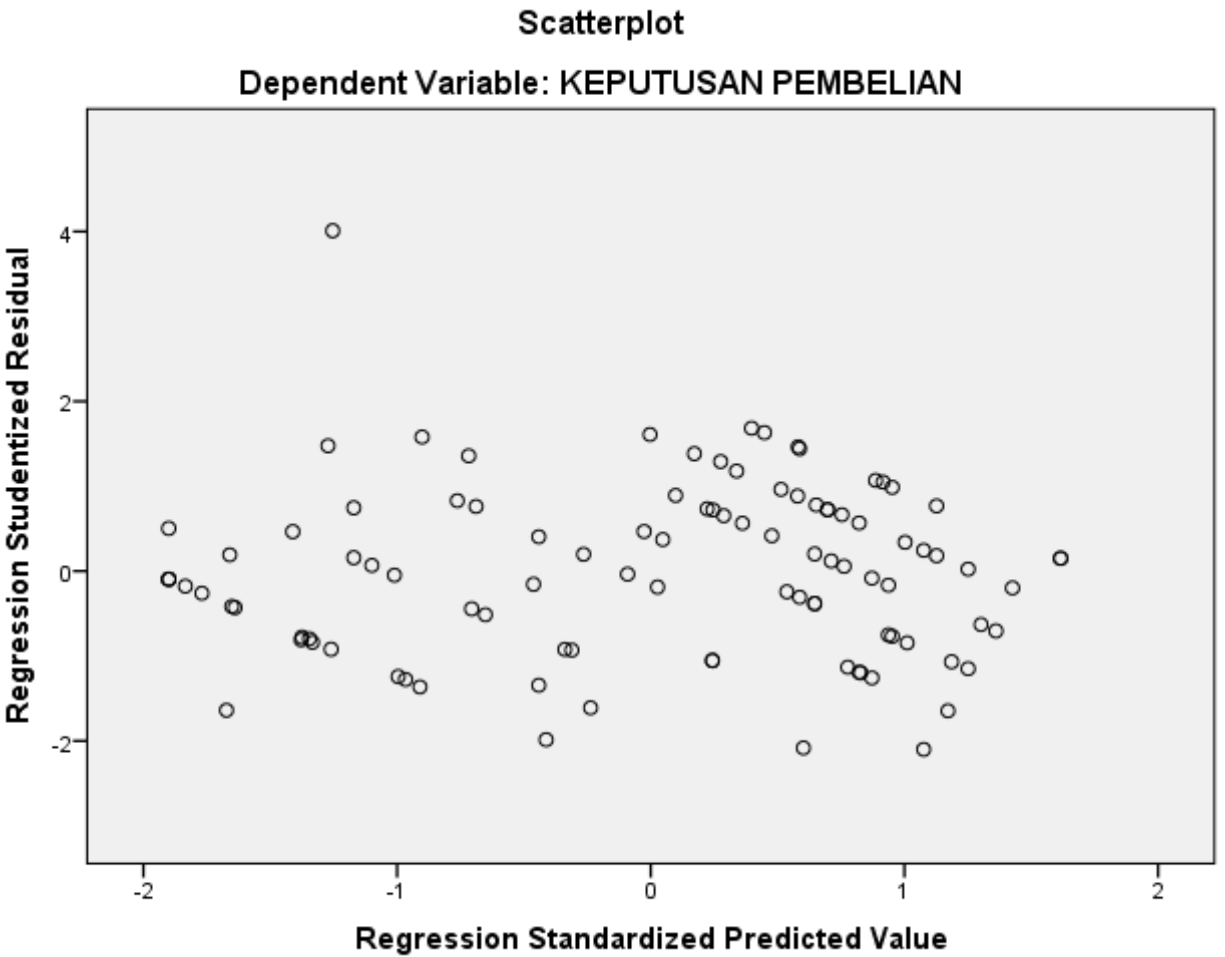
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
  2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Uji Heteroskedastisitas

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



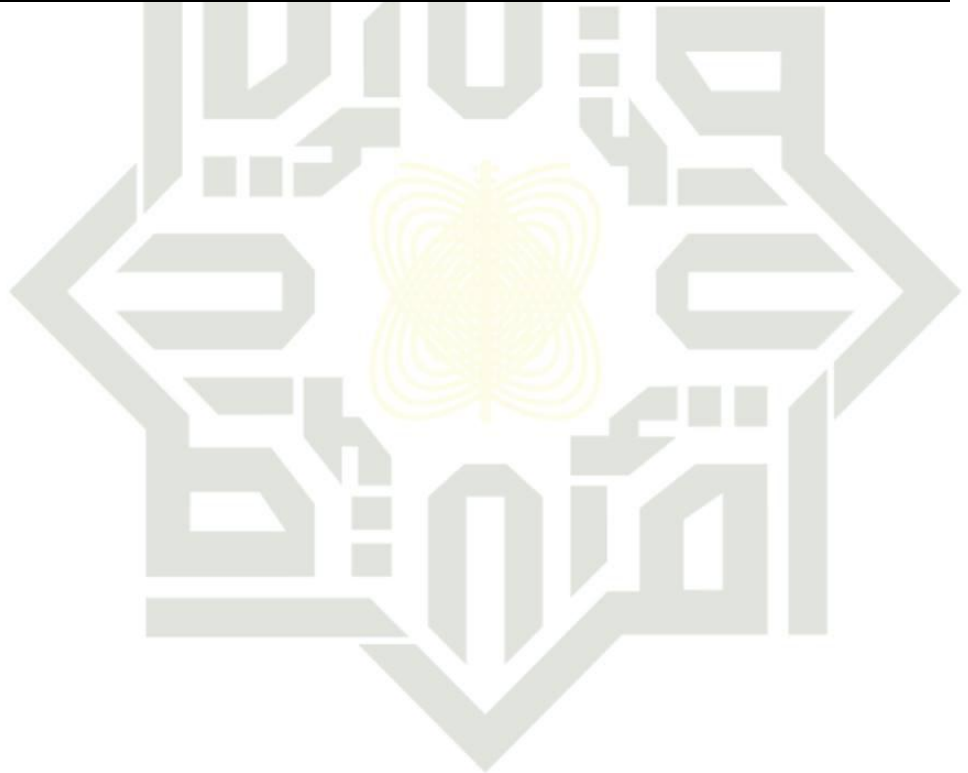
## Lampiran 7 : Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.777	1.401		.554	.581
	CUSTOMER REVIEW	.141	.100	.116	1.414	.161
	TRUST	.378	.072	.473	5.262	.000
	EASE OF USE	.268	.092	.291	2.906	.005

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta D

© Hak C

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 8 : Uji Hipotesis

### Uji Secara Parsial (Uji T)

#### 1. X1 Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.125	1.753		2.923	.004
	CUSTOMER REVIEW	.657	.102	.543	6.408	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

#### 2. X2 Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.434	1.105		4.012	.000
	TRUST	.590	.054	.739	10.856	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

#### 3. X3 Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.986	1.380		2.164	.033
	EASE OF USE	.645	.066	.700	9.716	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Uji Secara Simultan (Uji F)

Hak Cipta D  
1. Diarang

uruh karya tulis

ika Riau

an menyebutkan sumber:

© Hak

ika Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	461.124	3	153.708	51.573	.000 <sup>b</sup>
	Residual	286.116	96	2.980		
	Total	747.240	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), EASE OF USE, CUSTOMER REVIEW, TRUST						

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	461.124	3	153.708	51.573	.000 <sup>b</sup>
	Residual	286.116	96	2.980		
	Total	747.240	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), EASE OF USE, CUSTOMER REVIEW, TRUST						

Lampiran 9 : Tabel r untuk  $df = 51 - 100$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Lampiran 10 : Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 11 : Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
3	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
4	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
5	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
6	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
7	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
8	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
9	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
10	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
11	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
12	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
13	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
14	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
15	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
16	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
17	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
18	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
19	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
20	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
21	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
22	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
23	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
24	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
25	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
26	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
27	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
28	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
29	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
30	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
31	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
32	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
33	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
34	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
35	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
36	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
37	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
38	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
39	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
40	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
41	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
42	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
43	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
44	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
45	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
46	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
47	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
48	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES**

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuahmadani Tampan, Pekanbaru 28298 PO.Box.1004 Telp. 0761-562051  
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-1825/Un.04/F.VII/PP.00.9/2/2023 Pekanbaru, 16 Februari 2023 M  
 Sifat : Biasa 25 Rajab 1444 H  
 Lampiran : -  
 Hal : Izin Riset

Kepada  
 Yth. Kepala Kantor  
 Dinas Penanaman Modal dan  
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 Provinsi Riau  
 Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Nabila Fibriona Delvian  
 NIM. : 11970125002  
 Jurusan : Manajemen  
 Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: "Pengaruh Customer Review, Trust dan Ease Of Use terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru)" Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

  
 Dekan  
**Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM**  
 NIP. 19700826 199903 2 001



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/54116  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Nomor : B-1825/Un.04/F.VII/PP.00.9/2/2023 Tanggal 16 Februari 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

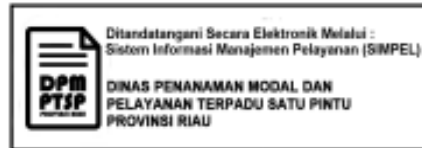
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : NABILA FIBRIONA DELVIAN   |
| 2. NIM / KTP         | : 11970125002   |
| 3. Program Studi     | : MANAJEMEN   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH CUSTOMER REVIEW, TRUST DAN EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : KECAMATAN TUAH MADANI   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 23 Februari 2023



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru  
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## PEMERINTAH KOTA PEKANBARU BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JL. ARIFIN AHMAD NO. 39 TELP. – FAX : (0761) 39399 PEKANBARU

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : BL.04.00/Kesbangpol/749/2023



- a. Dasar :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
  2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
  3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
  4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
  5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang :
- Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMTSP/NON IZIN-RISSET/54116 tanggal 23 Februari 2023, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

#### MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama : NABILA FIBRIONA DELVIAN
2. NIM : 11970125002
3. Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan : MANAJEMEN
5. Jenjang : S1
6. Alamat : KAMPUNG MUARO DESA KOTO TINGGI KEC. GUNUNG OMEH KAB. LIMA PULUH KOTA-SUMATERA BARAT
7. Judul Penelitian : PENGARUH CUSTOMER REVIEW, TRUST DAN EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI PEKANBARU)
8. Lokasi Penelitian : KANTOR KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 17 Maret 2023

a.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA  
DAN POLITIK KOTA PEKANBARU  
Kepala Bidang Politik Dalam Negeri

TENGGU RIRDAUS, SE. M.Si  
PEMBINA  
NIP. 19760409-199604-1001

#### Tembusan

- Yth :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
  2. Yang Bersangkutan.



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU  
KECAMATAN TUAH MADANI**

ALAMAT : JALAN H.R SUBRANTAS KM. 14,5  
PEKANBARU - RIAU

**SURAT KETERANGAN**

NOMOR : 071 / TM-Umum / 13 / 2023

NAMA : NABILA FIBRIONA DELVIAN  
NIM : 11970125002  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU  
JURUSAN : MANAJEMEN  
JENJANG : S1

Berkenaan dengan Surat Keterangan Penelitian dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru Nomor: BL.04.00/Kesbangpol/749/2023 tanggal 17 Maret 2023, bahwa nama tersebut di atas telah melakukan pengambilan data / meneliti di wilayah Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru dengan judul penelitiannya :

**PENGARUH CUSTOMER REVIEW, TRUST DAN EASE OF USE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI PEKANBARU)**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 27 Maret 2023  
Kecamatan Tuah Madani  
  
Dr. NURHASMINSYAH, S.STP, M.Si  
NIP. 19820420 200112 1 002

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



## BIOGRAFI PENULIS

**Nabila Fibriona Delvian**, atau akrab disapa Nabila, Lahir di Kototinggi, Kecamatan Gunuang Omeh, Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat, 04 Februari 2000. Penulis merupakan anak pertama dari ayahanda **Delvi. R** dan ibunda **Nitra Lida**. Riwayat pendidikan formal yang ditempuh penulis ialah pendidikan di Taman Kanak-Kanak

(TK) Pertiwi Kototinggi, Kenagarian Kototinggi tamat pada tahun 2006. SD Negeri 07 Kototinggi Kecamatan Gunuang Omeh tamat pada tahun 2012. Pendidikan SMP Negeri 1 Kecamatan Gunuang Omeh tamat pada tahun 2015. Pendidikan SMA Negeri 1 Kecamatan Suliki tamat pada tahun 2018. Tahun 2019 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selama masa perkuliahan, penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER REVIEW, TRUST* DAN *EASE OF USE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA (STUDI PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN TUAH MADANI KOTA PEKANBARU)”. Pada tanggal 27 Januari 2023 penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan **“LULUS”** dan pada tanggal 11 Mei 2023 penulis mengikuti ujian Munaqasah secara offline dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyanggah gelar Sarjana Ekonomi (SE).**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.