

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**



Oleh :

NICO PUTRA PRATAMA

NPM: 18.1.02.11611

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**



Oleh :

NICO PUTRA PRATAMA

NPM: 18.1.02.11611

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
*MARKETPLACE TOKOPEDIA***

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

NICO PUTRA PRATAMA

NPM: 18.1.02.11611

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING, WORD OF MOUTH,
DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NICO PUTRA PRATAMA

NPM: 18.1.02.11611

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 15 Februari 2025

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Prijati, S.E., M.M.

Anggota : 1. Drs. Ec. Yahya, M.M.

2. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

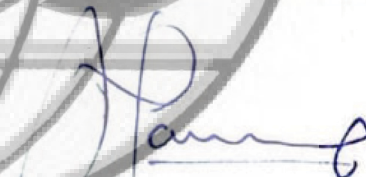
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Drs. Ec. Yahya, M.M.



Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



Prof. Dr. Nur Fadjeit Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **NICO PUTRA PRATAMA**

N.P.M : **18.1.02.11611**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE TOKOPEDIA*

Diajukan untuk diuji tanggal 15 Februari 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 15 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Nico Putra Pratama

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Nico Putra Pratama
NPM : 18.1.02.11611
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 01 Mei 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Jl. Bratang Gede No. 08 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Suwardi Muji Hari
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Bratang Gede No. 08 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Ngagel Rejo X tahun 2012
2. Tamat SMP di SMPN 12 Surabaya tahun 2015
3. Tamat SMA di SMAN 10 Surabaya tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)	Surabaya	I-VII	2018- 2024	

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan

Dibuat dengan sebenarnya

Nico Putra Pratama

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"PENGARUH INFLUENCER MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA"** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan dosen wali penulis yang selalu memberikan pengarahan dan dukungan penuh dalam perkuliahan sampai akhirnya terselesainya skripsi ini..
3. Drs. Ec. Yahya, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dalam proses penyusunan skripsi ini dan memberi bimbingan untuk terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Bapak dan Ibu dosen serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berarti selama perkuliahan berlangsung.

5. Seluruh responden pengguna Tokopedia yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan persepsinya terkait dengan penyusunan skripsi ini dengan lancar dan membantu dalam berjalannya riset ini.
6. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, baik secara materi maupun non-materi, serta menyediakan fasilitas yang memungkinkan saya untuk menjalani pendidikan. Dukungan ini telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman penulis yang selalu mendukung penuh dan selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini dari awal hingga akhirnya terselesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini sampai selesai, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, 15 Februari 2025

Nico Putra Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	12
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.4 <i>Customer Review</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Rerangka Konseptual.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	25
2.4.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Kinerja Karyawan.....	26
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Review</i> Konsumen Terhadap Kinerja Karyawan	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	28
3.1.1 Jenis Penelitian.....	28
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	28
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	28

3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4	Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Variabel.....	31
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.6.1	Analisis Deskriptif	35
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.4	Uji Kelayakan Model.....	38
3.6.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	39
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.2	Uji Instrumen Penelitian	42
4.1.3	Analisis Deskriptif	43
4.1.4	Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.1.6	Uji Kelayakan Model.....	55
4.1.7	Uji Hipotesis (Uji t).....	56
4.2	Pembahasan	57
4.2.1	<i>Influencer Marketing</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.2.2	<i>Word Of Mouth</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.2.3	<i>Customer Review</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
BAB 5	PENUTUP.....	65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	66
	JADWAL PENELITIAN	69
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	22
2. Hasil Uji Validitas.....	42
3. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	44
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
7. Tanggapan Responden Terhadap <i>Influencer Marketing</i>	47
8. Tanggapan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i>	48
9. Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Review</i>	49
10. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
11. Analisis Regresi Linier Berganda	51
12. Hasil Uji Normalitas	53
13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
14. Hasil Uji Statistik F.....	55
15. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
16. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Pengunjung Marketplace Selama Tahun 2019 – 2023	2
2. Rerangka Konseptual	25
3. Logo Marketplace Tokopedia	40
4. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	52
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik <i>Scatterplot</i>	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	74
2. Tabulasi Data Hasil Kuesioner	78
3. Frequency Table.....	86
4. Uji Validitas dan Reliabilitas	92
5. Pengujian Hipotesis dan Kelayakan Model	95
6. Uji Asumsi Klasik.....	97
7. Surat Tugas Bimbingan.....	99
8. Kartu Konsultasi	100
9. Surat Pernyataan Melakukan Riset.....	101
10. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian.....	102
11. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	103
12. Hasil Plagiasi	104
13. Berita Acara	107



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *influencer marketing*, *word of mouth*, dan *customer review* terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia di Kota Surabaya.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan populasi konsumen yang melakukan pembelian pada Marketplace Tokopedia di Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti (*infinite population*). Dengan menggunakan rumus *lemeshow*, maka jumlah sampel dapat ditentukan 100 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengguna platform Tokopedia di Surabaya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer marketing*, *word of mouth*, dan *customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,640. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *influencer marketing*, *word of mouth*, dan *customer review* dalam penelitian ini dapat menjelaskan 64% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 11,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *influencer marketing*, *word of mouth*, *customer review*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to determine and analyze the effect of influencer marketing, word of mouth, and customer reviews on the purchasing decisions at Tokopedia Marketplace in Surabaya.

The research was quantitative. Moreover, the population was consumers who purchased at Tokopedia Marketplace in Surabaya, which has an infinite population. In line with that, there were 100 respondents. Furthermore, purposive sampling was used as the data collection technique. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to the respondents who were users of Tokopedia in Surabaya. Additionally, there were multiple linear regression with SPSS 26.

*The result showed that influencer marketing, word of mouth, and customer reviews had a significantly positive effect on the purchasing decisions at Tokopedia Marketplace in Surabaya. Due to the result of the determination coefficient (*R Square*), there was 0.640. It meant influencer marketing, word of mouth, and customer reviews affected the purchasing decision for 64%. Meanwhile, the rest of the 11.7% was affected by other variables which not included in the research.*

Keywords: *influencer marketing, word of mouth, customer reviews, purchasing decisions.*

