

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Data

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 70 responden Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang, menggunakan pernyataan (kuesioner) didapat kondisi responden berdasarkan usia dan jurusan. Dimana penggolongan ini dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai karakteristik responden sebagai objek penelitian.

Deskripsi data khusus dalam penelitian ini disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan sebagai berikut:

a. Data Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia responden yang

dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

USIA					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	16-18	7	10.0	10.0	10.0
	19-21	45	64.3	64.3	74.3
	22-25	18	25.7	25.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber: *output SPSS data diolah, 2020.*

Tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa responden menurut usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 16-18 tahun yaitu sebanyak 7 mahasiswa atau senilai 10,0%, responden yang berusia 19-21 tahun yaitu sebanyak 45 mahasiswa atau senilai 64,3%, sedangkan responden berusia 22-25 tahun sebanyak 18 mahasiswa atau senilai dengan 25,7%.

b. Data Responden Berdasarkan Jurusan

Deskripsi data responden berdasarkan jurusan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jurusan yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jurusan disajikan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jurusan

JURUSAN					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Ekonomi Syariah	35	50.0	50.0	50.0
	MAZAWA	6	8.6	8.6	58.6
	Perbankan Syariah	29	41.4	41.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2020.

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden menurut jurusan menunjukkan bahwa responden pada jurusan Ekonomi Syariah yaitu sebanyak 35 mahasiswa atau senilai 50,0%, responden pada jurusan MAZAWA yaitu sebanyak 6 mahasiswa atau senilai 8,6%, sedangkan responden pada jurusan Perbankan Syariah yaitu sebanyak 29 mahasiswa atau senilai 41,4%.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan SPSS *Statistics* 21. Berikut ini adalah hasil yang telah diuji oleh penulis dengan menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui hasil signifikan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan melihat r tabel pada $df = n - 2$. Adapun pada penelitian ini nilai $df = 70 - 2 =$

68 atau $df = 68$ dengan $\alpha 0,05$. Didapat r tabel senilai 0,2352.

Jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan “ valid “.

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel *Online Customer Review (X1)*

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Online Customer Review (X1)</i>	Pernyataan 1	.423	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	.896	0,2352	Valid
	Pernyataan 3	.852	0,2352	Valid
	Pernyataan 4	.514	0,2352	Valid
	Pernyataan 5	.713	0,2352	Valid
	Pernyataan 6	.489	0,2352	Valid
	Pernyataan 7	.349	0,2352	Valid
	Pernyataan 8	.906	0,2352	Valid

Sumber: *output SPSS yang diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel memiliki r hitung $>$ r tabel 0,2352 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid“.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel *Online Customer Rating (X2)*

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Online Customer Rating (X2)</i>	Pernyataan 1	.825	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	.794	0,2352	Valid
	Pernyataan 3	.508	0,2352	Valid

	Pernyataan 4	.651	0,2352	Valid
	Pernyataan 5	.816	0,2352	Valid
	Pernyataan 6	.488	0,2352	Valid
	Pernyataan 7	.590	0,2352	Valid
	Pernyataan 8	.739	0,2352	Valid
	Pernyataan 9	.569	0,2352	Valid
	Pernyataan 10	.590	0,2352	Valid
	Pernyataan 11	.538	0,2352	Valid
	Pernyataan 12	.661	0,2352	Valid

Sumber: *output* SPSS yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel memiliki r hitung $>$ r tabel 0,2352 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Pernyataan 1	.392	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	.486	0,2352	Valid
	Pernyataan 3	.399	0,2352	Valid
	Pernyataan 4	.765	0,2352	Valid
	Pernyataan 5	.622	0,2352	Valid
	Pernyataan 6	.435	0,2352	Valid
	Pernyataan 7	.313	0,2352	Valid
	Pernyataan 8	.465	0,2352	Valid

Sumber: *output* SPSS yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel memiliki r hitung $>$ r tabel 0,2352 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana pengukuran terhadap variabel dependen dan independen tidak rentan terhadap pengaruh yang ada dan konsisten dari variabel tersebut dan dapat dikatakan reliabel. Program SPSS 21 memberikan alat untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha. Reliabilitas kurang dari 0,6, artinya tidak reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,6, maka dapat dikatakan “ reliabel “. Maka ditunjukkan dengan hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
X1 (<i>Online Customer Review</i>)	0,875	0,6	Reliabel

X2 (<i>Online Customer Rating</i>)	0,909	0,6	Reliabel
Y (Keputusan Pembelian)	0,753	0,6	Reliabel

Sumber: *output* SPSS yang diolah, 2020.

Jadi dari Tabel 4.8 yaitu uji reliabilitas bahwa masing-masing nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah nilai residual dalam model regresi ini terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, dan dapat dinyatakan normal apabila nilai *asympt. sig* $\geq 0,05$.

Tabel 4.7
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		70
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.10544994
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.099
	<i>Positive</i>	.099
	<i>Negative</i>	-.064
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.829
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.498
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Sumber : SPSS data diolah 2020

Berdasarkan *output* pada tabel diatas, uji normalitas dengan metode Kolmogrov-Smirnov diatas dapat kita lihat bahwa dimana nilai *asymp. sig* sebesar $0,498 \geq 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, maka nilai residual terstandardisasi berdistribusi “ normal “.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi ini ditemukan adanya

indikasi korelasi antar variabel independen (bebas). Dalam regresi berganda, suatu model regresi haruslah bebas dari gejala multikolinieritas dengan melihat jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $tolerance \geq 0,1$, maka model regresi tersebut dapat dinyatakan terbebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas
Tolerance dan VIF

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.989	1.011
	X2	.989	1.011

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS data Diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, dengan melihat nilai *tolerance* X1 (0,989), dan X2 (0,989) $\geq 0,1$ dan nilai VIF X1 (1,011), dan X2 (1,011) ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan “ tidak mengandung gejala multikolinieritas “.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi tersebut terjadi

ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan metode White. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai *Chi Square* Hitung < *Chi Square* Tabel.

Tabel 4.9
Uji Heterokedastisitas
White

Model Summary		ANOVA ^a		
Model	R Square	Model	Df	
1	.179	1	Residual	64
a. <i>Dependent Variable:</i> RES_KUADRAT				
b. <i>Predictors:</i> (Constant), PERKALIAN_X1_X2, X2_KUADRAT, X1_KUADRAT, X2, X1				

Sumber : SPSS data diolah, 2020

$$\begin{aligned}
 \text{Chi Square Hitung} &= n \times R \text{ Square} \\
 &= 70 \times 0,179 \\
 &= 12,53.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Chi Square Tabel} &= df= 0,05, 64 \\
 &= 83,67526.
 \end{aligned}$$

Berdasarkan output diatas, dapat diketahui bahwa *Chi Square* Hitung < *Chi Square* Tabel sebesar $12,53 < 83,67526$,

maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi ini dinyatakan “ tidak terjadi gejala heteroskedastisitas “.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel data yang diteliti memiliki keterikatan atau hubungan secara linear atau tidak. Dalam penelitian ini, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Durbin-Watson*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang linear dan dapat dinyatakan linear apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai dengan 2.

Tabel 4.10
Uji Linearitas
Durbin-Watson

<i>Model Summary^b</i>					
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.799 ^a	.638	.627	2.137	1.372
a. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>					
b. <i>Dependent Variable: Y</i>					

Sumber : SPSS data diolah 2020

Berdasarkan output pada Tabel 4.12, uji linearitas dengan metode *Durbin Watson* diatas, dapat kita lihat bahwa nilai Durbin

Watson senilai 1,372 berada diantara -2 sampai dengan 2, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi pada penelitian ini dinyatakan “ linear “.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian secara parsial. Untuk melihat hasil perhitungan uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji t

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.219	2.638		5.012	.000
	X1	.419	.043	.721	9.748	.000
	X2	.168	.045	.276	3.729	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS data diolah 2020

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(70-3) = 67$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,66792, maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel *Online Customer Review* (X1) memiliki t hitung senilai 9,748 dengan nilai sig. 0,000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, -t hitung $<$ -t tabel, atau jika signifikansi $<$ 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel (9,748 $>$ 1,66792) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “ *Online Customer Review* (X1) “ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel *Online Customer Rating* (X2) memiliki t hitung senilai 3,729 dengan nilai sig. 0,000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, -t hitung $<$ -t tabel, atau jika signifikansi $<$ 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel (3,729 $>$ 1,66792) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “ *Online Customer Rating* (X2) “ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

b. Uji F (Simultan)

Uji F hitung pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel *Online Customer Review* dan

Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian. Suatu variabel dianggap berpengaruh, apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, dan dinyatakan signifikan apabila nilai $\text{Sig.} < 0,05$. Untuk hasil pengujian $F \text{ hitung}$ pada penelitian ini, bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji F

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	Regression	538.714	2	269.357	59.002	.000 ^b
	Residual	305.871	67	4.565		
	Total	844.586	69			
a. <i>Dependent Variable: Y</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>						

Sumber : SPSS data diolah 2020

Berdasarkan hasil perhitungan uji F diatas, diperoleh $F \text{ hitung}$ sebesar 59,002. Untuk menentukan nilai $F \text{ tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5%, serta *degree of freedom* (derajat kebebasan), $df = (n-k)$ atau $(70-3)$ dan $(k-1)$ atau $(3-1)$, $df = (70-3 = 67)$ dan $(3-1= 2)$. Maka dapat diperoleh hasil untuk $F \text{ tabel}$ senilai 3,13. Maka dari itu, hasil perhitungan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($59,002 > 3,13$) dengan diperoleh nilai sig ($0,000 < 0,05$), maka

secara simultan (bersama-sama) variabel independen *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (Adj R2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat).

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.799 ^a	.638	.627	2.137
a. <i>Predictors: (Constant), X2, X1</i>				

Sumber : SPSS data diolah 2020

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada Tabel 4.15, nilai Koefisien Determinasi (Adj R2) sebesar 0,627, yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa

FEBI UIN Raden Fatah Palembang sebesar 62,7%, sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum diteliti atau tidak termasuk dalam regresi pada penelitian ini.

B. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Tabel 4.14
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
1.	H1 = <i>Online Customer Review</i> (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.	<i>Online Customer Review</i> (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang. Artinya, peningkatan <i>Online Customer Review</i> (X1) akan diikuti dengan meningkatnya Keputusan Pembelian secara signifikan dan sebaliknya.
2.	H2 = <i>Online Customer Rating</i> (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.	<i>Online Customer Rating</i> (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang. Artinya, peningkatan <i>Online Customer Rating</i> (X2) akan diikuti dengan meningkatnya Keputusan Pembelian secara signifikan dan sebaliknya.
3.	H3 = <i>Online Customer review</i> (X1) dan <i>Online Customer Rating</i> (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk	<i>Online Customer review</i> (X1) dan <i>Online Customer Rating</i> (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
	Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.	Artinya, peningkatan <i>Online Customer Review</i> (X1) dan <i>Online Customer Rating</i> (X2) akan diikuti dengan meningkatnya Keputusan Pembelian secara signifikan dan sebaliknya.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Pengaruh Online Customer Review (X1) terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang*

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* diperoleh nilai signifikan memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($9,748 > 1,66792$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan

bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “*Online Customer Review (X1)* “ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Online Customer Review adalah sebuah bentuk *electronic word of mouth (eWOM)* yang mengacu pada konten buatan pengguna yang di posting pada situs online maupun situs web pihak ketiga⁶⁰.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuri Purwanto (2018)⁶¹ yang menyimpulkan bahwa *Online Customer Rating* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁶⁰Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*(2010),34(1), 185200.

⁶¹Nuri Purwanto, Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada (Jurnal EKSEKUTIF Volume 16 No. 2 Desember 2019)

b. Pengaruh *Online Customer Rating* (X2) terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *Online Customer Rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Rating* diperoleh nilai signifikan, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,729 > 1,66792$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “*Online Customer Rating* (X2) “ berpengaruh terhadap Keputusan PembelianProduk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Online rating menjadi salah satu cara calon pembeli untuk mendapatkan informasi tentang penjual, maka adanya *rating* dalam jual beli online menjadi suatu hal yang logis apabila konsumen menganggap bahwa *rating* menjadi tolak ukur kualitas sebuah produk. *Online rating* ini memainkan

peranan dalam mempengaruhi pembaca terhadap suatu produk⁶².

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Online Customer Rating* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asri Nugrahani ArdiantiDr. Widiartanto, M.AB (2018)⁶³ yang menyimpulkan bahwa *Online Costumer Rating* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh *Online Customer Review* (X1) dan *Online Customer Rating* (X2) terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* berpengaruh

⁶²Tsang, A. S., & Prendergast, G. *Is a "star" worth a thousand words? The interplay between product-review texts and rating valences. European Journal of Marketing*, 2009

⁶³Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. JURNAL FISIP UNDIP 2018.

secara simultan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang dari hasil penelitian Berdasarkan hasil perhitungan uji F diatas, diperoleh F hitung sebesar 59,002. Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5%, serta *degree of freedom* (derajat kebebasan), $df = (n-k)$ atau $(70-3)$ dan $(k-1)$ atau $(3-1)$, $df = (70-3 = 67)$ dan $(3-1= 2)$. Maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 3,13. Maka dari itu, hasil perhitungan F hitung $>$ F tabel $(59,002 > 3,13)$ dengan diperoleh nilai sig $(0,000 < 0,05)$, maka secara simultan (bersama-sama) variabel independen *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan PembelianProduk Tokopedia Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

Jadi, dari penjelasan secara teori dan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* secara simultanberpengaruhpositif signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk tokopedia pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang.