

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PERUSAHAAN SABLON KAOS ARTJUNA STUDIO
PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Muhammad Rahul
NIM : 21415548
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PERUSAHAAN SABLON KAOS ARTJUNA STUDIO
PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Muhammad Rahul
NIM : 21415548
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

MOTTO

**“Kesabaran dan ketekunan membawa hasil
Yang luar biasa”**

__ Napoleon Hill __



HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Online pada Perusahaan Sablon kaos Artjuna Studio Ponorogo

Nama : Muhammad Rahul

NIM : 21415548

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 11 Juni 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing 1

Ponorogo, 07 Agustus 2025
Pembimbing 2



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142



Tegoeh Hari Abrianto, S.E., M.M.
NUPTK. 2337745646130133

Mengetahui,



Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si.
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142



Dr. Riawan., S.Pd., M.M
NUPTK. 537763664131113



Dra. Umi Farida.MM
NUPTK. 4442739640230082

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Online pada Perusahaan Sablon kaos Artjuna Studio Ponorogo”** sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel *e-service quality* (X1), *brand image* (X2), dan *online customer review* (X3), terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan jumlah pelanggan.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan penulis kemampuan berfikir sehingga proposal skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh proram Manajemen S1 di Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Dr. Riawan, S.Pd.,MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan serta bimbingan dalam memperlancar proposal skripsi ini.
5. Bapak Dr Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom dan Bapak Tegoeh Hari Abrianto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing agar terselesaikannya proposal skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta kelancaran dalam informasi dan administrasi
7. Seluruh rekan-rekan Manajemen angkatan 2021 yang telah bersedia berbagi informasi, motivasi serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa maupun dukungan luar biasa.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 07 Agustus 2025



Muhammad-Rahul
21415548

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 07 Agustus 2025



Muhammad Rahul
21415548

ABSTRAK

Skripsi : “Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Image*, dan *Oline Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Perusahaan Sablon Kaos Artjuna Studio Ponorogo”.

Pembimbing I : Dr Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.

Pembimbing II : Tegoeh Hari Abrianto, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui pengaruh *e-service quality*, *brand image* dan *online customer review* secara silmutan terhadap keputusan pembelian *online* pada perusahaan sablon kaos Artjuna Studio Ponorogo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form*. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Artjuna Studio di Ponorogo. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel sebanyak 96 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada perusahaan sablon Kaos Artjuna Studio Ponorogo, *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada perusahaan sablon Kaos Artjuna Studio Ponorogo, *Online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada perusahaan sablon Kaos Artjuna Studio Ponorogo dan *E-service quality*, *brand image*, dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada perusahaan sablon Kaos Artjuna Studio Ponorogo. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong konsumen untuk lebih percaya dan akhirnya memutuskan melakukan pembelian *online*, sehingga ketiga faktor tersebut menjadi strategi penting dalam meningkatkan penjualan dan daya saing perusahaan.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Brand Image*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunianya sehingga penelitian ini dapat saya selesaikan dengan baik. Di samping itu penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak yang telah membantu penulisan ini secara langsung maupun tidak langsung selama proses penulisan proposal ini berlangsung diantaranya saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Untuk keluarga saya terutama kepada kedua orang tua saya bapak dan ibu, terimakasih telah mendidik dan membimbing saya serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Untuk dosen pembimbing dan penguji,serta Bapak Ibu pengajar yang selama ini telah bersedia membimbing tanpa lelah dengan sabar dan telaten serta Terimakasih telah mengarahkan saya dan terimakasih banyak atas bimbingannya.
3. Untuk teman seangkatan saya yang turut membantu baik secara langsung atau tidak langsung atas dukungan,bantuan,dan kontribusinya.
4. Untuk seseorang yang selalu mendukung saya dalam kondisi apapun,selalu ada dalam keluh kesah saya, dan menjadi penyempurna dalam menjalani hidup saya ucapkan terimakasih banyak atas semua kesabaran, motivasi dan dukungan hingga bisa menyelesaikan penelitian ini.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua yang telah mendukung serta memberikan semangat selama ini, akhir kata dari persembahan penulisan ini semoga bisa bermanfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

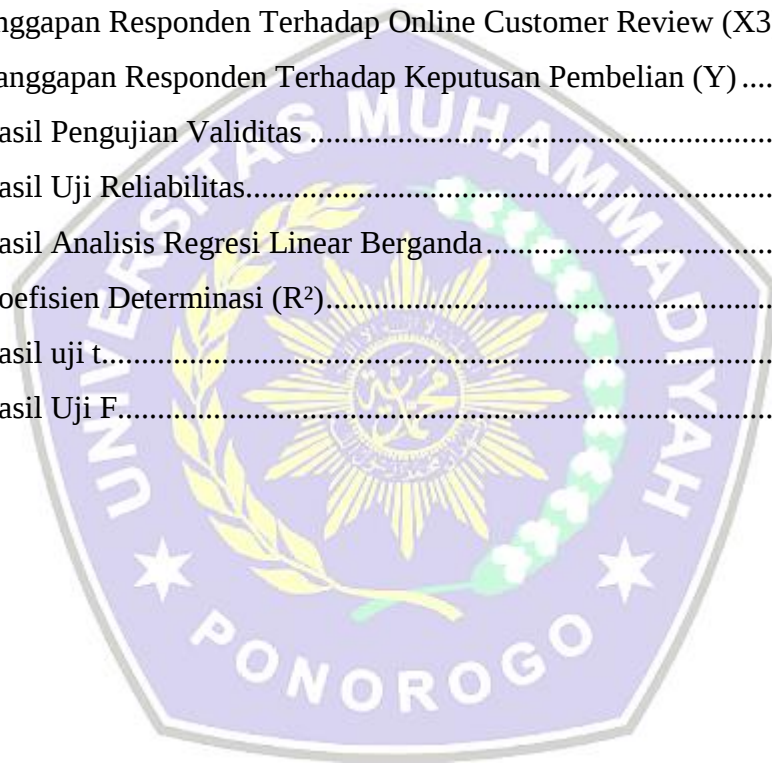
DAFTAR ISI

MOTTO	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	vii
ABSTRAK.....	viii
LEMBAR PERSEMBAH	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
1. Manajemen.....	8
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Perilaku Konsumen	13
4. <i>E-Service Quality</i> (X1).....	14
5. <i>Brand Image</i> (X2)	16
6. <i>Online Customer Review</i> (X3).....	18
7. Keputusan Pembelian (Y).....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30

1.	Populasi.....	30
2.	Sampel.....	30
3.3	Metode Pengambilan Data	31
1.	Sumber Data.....	31
2.	Teknik Pengambilan Data	32
3.4	Definisi Operasional Variabel	33
3.5	Uji Instrumen	34
1.	Uji Validitas	34
2.	Uji Reliabilitas	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
2.	Koefisiensi Determinasi (R^2).....	36
3.7	Uji Hipotesis	37
1.	Uji t (Uji Parsial).....	37
2.	Uji F (Uji Simultan)	37
BAB IV		39
HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
2.	Karakteristik Responden	39
3.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.	Uji Instrumen	51
5.	Analisis Data.....	54
6.	Uji Hipotesis	57
4.2	Pembahasan.....	61
BAB V		68
KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		71
DAFTAR LAMPIRAN		75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2. Skala Likert.....	32
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	42
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap E-Service Quality (X1)	43
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Brand Image (X2)	45
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Online Customer Review (X3)	47
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 11. Hasil Pengujian Validitas	52
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 14. Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 15. Hasil uji t.....	57
Tabel 16. Hasil Uji F.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	58
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	58
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	59
Gambar 5. Kurva Uji F (Simultan)	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	75
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	79
Lampiran 3. Identitas Responden	83
Lampiran 4. Karakteristik Responden	86
Lampiran 5. Jawaban Responden	87
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas.....	93
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 8. Hasil Analisis Data.....	100
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	101
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel.....	102
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel.....	106
Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel.....	110
Lampiran 13. Berita Acara.....	114
Lampiran 14. Dokumentasi.....	115

