

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Setiap responden memiliki respon yang berbeda-beda dalam menjawab instrument penelitian, sehingga diperlukan klasifikasi responden untuk mengetahui secara umum mengenai identitas responden seperti umur, jenis kelamin, dan pekerjaan pokok. Responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu yang pernah membeli produk lulur Bedda Lotong Mabello minimal 2 kali dan diasumsikan melihat, dan memperhatikan fitur Tiktok Shop sebelum membeli, yaitu Customer Review, Customer Rating dan Vlogger Review produk Bedda Lotong yang dilakukan melalui postingan pada Tiktok Shop Mabello

1.1.1. Identitas Responden Informan

Jumlah responden informan yang diambil pada penelitian ini adalah enam orang yaitu pemilik dan karyawan CV. Idlan Waranie Perkasa”. Penelitian melakukan wawancara secara langsung kepada informan dengan bantuan kuesioner, yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Identitas responden dibagi berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan. Identitas responden informan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Identitas Responden Informan

No.	Nama	Jabatan	Umur (Thn)	Jenis Kelamin	Lama Bekerja (Tahun)	Pendidikan
1.	Yusni Haemin	Owner	38	P	7	S1
2.	Anwar	Manajer	40	L	7	S1
3.	Selviana	Kreatif	23	P	4	S1
4.	Istifawati	Keuangan	35	P	5	S1
5.	Widia Astuti	Admin	29	P	4	S1

Sumber Lampiran 3.

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa jumlah informan yang telah diwawancarai sebanyak 5 orang. Alasan dipilihnya informan ini sebagai sumber informasi karena dianggap mengetahui beberapa hal tentang bedda lotong mabello.

5.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur adalah lama hidup responden yang dihitung sejak tanggal kelahiran hingga saat penelitian dilakukan yang dinyatakan dalam tahun.

Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	18 – 24	57	57
2	25 – 31	34	34
3	32 – 38	9	9
Total		100	100
Usia Maksimum : 38 Tahun			
Usia Minimum : 18 Tahun			
Rata-rata Umur : 24 Tahun			

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 10, menunjukkan bahwa responden yang paling dominan adalah kategori umur yaitu antara 18-24 tahun dengan persentase sebesar 57%, kategori usia antara 25-31 tahun dengan persentase sebesar 34% dan terakhir kategori usia antara 32-28 tahun dengan persentase 9%. Hal ini dikarenakan media sosial Tiktok shop sebagai media promosi merupakan media yang aktif digunakan kalangan muda yang berusia antara 18-24 tahun di mana individu tersebut termasuk generasi milenial atau generasi Z.

5.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Pada Tabel 11 memperlihatkan identitas responden berdasarkan jenis kelaminnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 11. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	91	91
2	Laki-laki	9	9
Total		100	100

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 11, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 91 orang dengan persentase 91% dan laki-laki sebanyak 9 orang dengan persentase 9%. Dapat diketahui rata-rata responden didominasi oleh perempuan di karenakan perempuan lebih menyukai produk kecantikan herbal dari Mabello kaya akan manfaat kesehatan tubuh.

5.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan adalah kegiatan utama yang sehari-hari dilakukan responden untuk memperoleh pendapatan. Pada Tabel 12 memperlihatkan identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 12. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	31	31
2	Freelance	17	17
3	Wirausaha	21	21
4	PNS	3	3
5	Wiraswasta	18	18
6	Belum Bekerja	10	10
Total		100	100

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 12 menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 31%, freelance 17 orang dengan persentase sebesar 17%, Wirausaha 21 orang dengan persentase sebesar 21%, PNS 3 orang dengan presentase sebesar 3% wiraswasta sebanya 18 orang dengan persentase sebesar 18% dan

responden yang belum bekerja terdapat 10 orang dengan persentase sebesar 10%. Dapat diketahui responden yang menggunakan fitur ulasan review, rating dan vlogger pada produk Bedda Lotong di Tiktok Shop Mabello didominasi yang berprofesi sebagai mahasiswa, hal ini dikarenakan pengguna Aplikasi Tiktok kebanyakan adalah kalangan usia muda yang sedang berstatus mahasiswa di perguruan tinggi.

5.2. Jenis dan Harga Bedda Lotong pada Tiktok Shop mabelloIndonesia

CV. Idlan Waranie Perkasa adalah usaha yang menjual produk kecantikan. Bedda Lotong Mabello merupakan brand andalan dari produk kecantikan CV.Idlan Waranie Perkasa. Produk Kecantikan Bedda Lotong terbuat dari 100% bahan tradisional alami yang mampu memutihkan, mencerahkan, mengangkat sel kulit mati, dan menyegarkan kulit. Kandungan bahan alami dengan bahan scrub yang terkandung didalamnya dijamin memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Adapun jenis-jenis produk Bedda Lotong Mabello yang diproduksi pada CV. Idlan Waranie Perkasa sebagai berikut:

Lulur Original 300 Gram

Lulur Original 100 Gram



Gambar 3. Lulur Bedda Lotong Original 300 Gram



Gambar 4. Lulur Bedda Lotong Original 100 Gram

Lulur Sea Butter 300 Gram

Lulur Sea Butter 100 Gram



Gambar 5. Lulur Bedda Lotong Original 300 Gram



Gambar 6. Lulur Bedda Lotong Original 100 Gram

Masker Tea Tree 300 Gram



Gambar 7. Masker Tea Tree 300 Gram

Masker Tea Tree 100 Gram



Gambar 8. Masker Tea Tree 100 Gram

Masker Temulawak 300 Gram



Gambar 9. Masker Temulawak 300 Gram

Masker Temulawak 100 Gram



Gambar 10. Masker Temulawak 100 Gram

Tabel 13. Harga Lulur Mabello CV. Idlan Waranie Perkasa

No.	Jenis Produk Bedda Lotong (Mebello)	Harga (Rp/Pcs)	Volume Penjualan (Pcs/Bulan)
1.	Lulur Original 300 gram	60.000	2.000
2.	Lulur Original 100 gram	20.000	1.500
3.	Lulur Sea Butter 300 gram	70.000	800
4.	Lulur Sea Butter 100 gram	30.000	500
5.	Masker Tea Tree 300 gram	70.000	600
6.	Masker Tea Tree 100 gram	30.000	300
7.	Masker Temulawak 300 gram	100.000	500
8.	Masker Temulawak 100 gram	45.000	200

Sumber: CV. Idlan Waranie Perkasa

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa jenis produk lulur original bedda lotong 300 gram dipasarkan dengan harga Rp.60.000/pcs dengan volume penjualan 2.000 pcs/bulan, lulur original 100 gram dengan harga Rp.20.000/pcs dengan volume penjualan 1.500 pcs/bulan, lulur sea butter 300 gram dengan harga Rp.70.000/pcs dengan volume penjualan 800 pcs/bulan , lulur sea butter 100 gram dengan harga Rp.30.000/pcs dengan volume penjualan 500 pcs/bulan . Adapun jenis produk bedda lotong untuk masker wajah yang dipasarkan yaitu masker tea tree 300 gram dengan harga Rp.70.000/pcs dengan volume penjualan 600 pcs/bulan , masker tea tree 100 gram dengan harga Rp.30.000/pcs dengan volume penjualan 300 pcs/bulan , masker temulawak 300 gram dengan harga Rp.100.000/pcs dengan volume penjualan 500 pcs/bulan , masker temulawak 100 gram dengan harga Rp.45.000/pcs dengan volume penjualan 200 pcs/bulan . Semua produk Bedda Lotong Mebello CV. Idlan Waranie Perkasa mempunyai dua jenis kegunaan yaitu lulur badan dan masker wajah yang dijual dengan berat yang bervariasi yaitu 300 gram, dan 100 gram.

5.3. Fitur – Fitur Aplikasi Tiktok dan Fungsinya

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang terdapat pada media sosial yang menyajikan berbagai fitur-fitur digital yang cukup menarik didalamnya, fitur-fitur yang disajikan oleh TikTok

sendiri yaitu dapat mengubah tampilan efek pada foto dan dapat dibagikan ke berbagai media sosial lain seperti instagram, facebook, twitter, dan milik TikTok pengguna sendiri fitur tiktok dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Fitur-fitur Aplikasi Tiktok

No.	Fitur-fitur Tiktok
1.	Penambah Musik
2.	Filter pada Vidio
3.	Filter Sticker dan Efek Video
4.	Filter Voice Changer
.5.	Filter Beautify
6.	Auto Captions
7.	Hapus Komen dan Blokir Pengguna Secara Massal
8.	TikTok Live
9.	Text to Speech
10.	Draft
11.	Daftar Putar
12.	TikTok Shop

Berikut penjelasan dan fungsi dari fitur yang telah disediakan oleh aplikasi TikTok:



1. Penambahan Musik

Fungsi dari fitur penambahan musik dari aplikasi TikTok, yaitu pengguna dapat menambahkan dan menyesuaikan berbagai jenis musik tergantung pada konten video yang ingin dibuat.

2. Filter pada Video

Penggunaan aplikasi TikTok dapat menambahkan filter ke video. Pengguna dapat menambahkan filter ke video untuk mengubah keseimbangan warna video. Selain itu, pengguna dapat menyesuaikan nada dan rona sesuai dengan objek video.

3. Filter Sticker dan Efek Video

TikTok memungkinkan pengguna bereksperimen dengan setidaknya lima kategori efek, termasuk efek visual, efek stiker, efek transisi, efek split, dan waktu. Terdapat berbagai pilihan efek stiker seperti hot, classic, selfie, hair, funny, interactive, heart, vlog, animal, glasses. Fungsi dari filter ini dimaksudkan untuk membuat video yang dibuat terlihat lebih kreatif.

4. Filter Voice Changer

Pengguna dapat mengubah suara mereka di video yang dibuat dengan fitur pengubah suara ini dan dengan berbagai efek suara, pengguna dapat dengan mudah menambahkan kesenangan dan kreativitas ke video.

5. Filter Beautify

TikTok menawarkan fitur mempercantik yang membuat wajah pengguna terlihat lebih cantik, menarik, bahkan lebih keren dan unik. Selain itu, fitur beautify juga memungkinkan pengguna untuk mengatur bentuk wajah, warna mata dan melembutkan wajah.

6. Auto Captions

Fitur auto captions merupakan salah satu fitur baru TikTok. Fitur Auto Captions memungkinkan pembuat konten TikTok untuk memasukkan subtitle yang dihasilkan secara otomatis oleh aplikasi.

7. Hapus Komen dan Blokir Pengguna Secara Massal

TikTok juga memperkenalkan fitur baru yang dapat memudahkan kreator untuk memerangi bullying. Fungsinya pengguna dapat menekan dan menahan komentar atau

mengetuk ikon pensil di sudut kiri atas untuk membuka opsi. Dari sini, pembuat konten dapat memilih 100 komentar atau akun untuk dihapus atau diblokir daripada harus menyaring setiap komentar.

8. TikTok Live

TikTok Live merupakan salah satu fitur dari aplikasi TikTok yang dapat digunakan untuk berinteraksi antar pengguna, menunjukkan kreativitas, dan juga berbagi momen yang dilakukan oleh host dengan penonton. Pengguna dapat menggunakan fitur TikTok Live untuk berinteraksi dalam waktu nyata.

9. Text to Speech

Fitur ini digunakan untuk memperjelas konten video yang diunggah dengan menambahkan teks pada video agar informasi yang disampaikan kepada pengguna lebih mudah dipahami.

10. Draft

Fitur Draft ini menyimpan video dan bisa dilihat lagi nanti. Fitur ini hadir setelah mengedit video, pengguna hanya perlu mengklik "draft", maka video tersebut akan disimpan sebagai draft di akun TikTok pengguna.

11. Daftar Putar

Fitur Daftar Putar Pembuat Konten TikTok memungkinkan pembuat konten untuk mengkategorikan video publik dan membantu pengguna untuk menonton video terkait dengan cara yang aman.

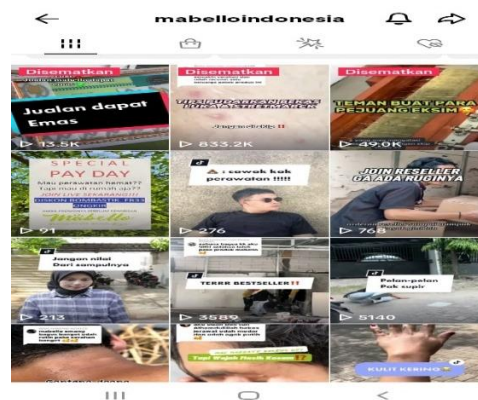
12. TikTok Shop

TikTok Shop merupakan fitur *social commerce* yang memungkinkan pengguna dan kreator untuk mempromosikan serta menjual produknya melalui TikTok. TikTok Shop adalah fitur aplikasi TikTok yang memudahkan bisnis dan penggunanya untuk menjual dan membeli produk.

Dari penjelasan diatas

5.4. Fitur-Fitur TikTok Shop pada Mabello Indonesia

CV. Idlan Waranie Perkasa memproduksi produk Bedda Lotong menjadi bentuk yang lebih modern yang saat ini memiliki brand dengan nama”MABELLO”. dan memasarkan produknya melalui media. Aplikasi Tiktok yang paling berpengaruh terhadap penjualan produknya sehingga CV. Idlan Waranie Perkasa berfokus memasarkan, mempromosikan dan menjual produknya.



fitur-fitur yang terdapat dan sering muncul di

akun Tiktok Shop mabelloindonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Fitur-fitur Tiktok Shop mabelloindonesia

No.	Fitur-fitur Tiktok Shop mabelloindonesia
1	Tanya Jawab
2	Review
3.	Cara Order
4.	Diskon
5.	Kupon

Berikut penjelasan dan fungsi dari fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi tiktok shop mabelloindonesia:

1. Tanya Jawab

Tanya jawab adalah fitur dari tiktok shop mabelloindonesia yang bertujuan agar pelanggan dapat bertanya dan mendapatkan jawaban mengenai produk yang dipasarkan pada aplikasi tiktok shop mabelloindonesia.

2 Review Mabello

Fitur Review pada aplikasi tiktok shop mabelloindonesia bertujuan untuk memudahkan para calon pelanggan atau penonton untuk melihat ulasan yang telah diberikan oleh orang-orang yang telah membeli produk pada tiktok shop mabelloindonesia.

1. Cara order

Fitur cara order pada aplikasi tiktok shop mabelloindonesia ditujukan untuk memudahkan para calon pembeli untuk mengorder produk pada tiktok shop mabelloindonesia.

2. Diskon

Diskon adalah potongan harga yang diberikan tikok shop mabelloindonesia pada saat berjualan secara live di tiktok

3. Kupon

Kupon adalah voucher yang digunakan untuk mendapatkan potongan harga.

5.5. Kategori Customer Review, Customer Rating, Vlogger Review dan Keputusan Pembelian

5.5.1. Online Customer Review (X1)

Customer Review adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen sebagai bentuk penilaian dari berbagai aspek produk Bedda Lotong, baik itu penilaian bersifat negatif dan dari produk maupun seller dari atau perusahaan yang dibuat oleh konsumen melalui ulasan tersebut.

Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai variabel Online Customer Review sebagai berikut

Tabel. 16. Kategori Variabel Online Customer Review

Indikator Pertanyaan	SS (5)		S (4)		N (3)		CS (2)		TS (1)		Jumlah Responden	Total Skor
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
X1.1	29	29	40	40	27	27	4	4	-	-	100	394
X1.2	29	29	45	45	24	24	2	2	-	-	100	401
X1.3	37	37	40	40	21	21	2	2	-	-	100	412
X1.4	33	33	39	39	24	24	4	4	-	-	100	401
X1.5	33	33	38	38	26	26	3	3	-	-	100	401
X1.6	32	32	37	37	30	30	1	1	-	-	100	400
Jumlah											2.409 (Setuju)	

Sumber: Lampiran 5

Keterangan:

- X1 : Membuat ulasan produk (review) setelah membeli bedda lotong pada tiktok shop mabelloindonesia.
- X2 : Membaca ulasan produk sebelum membeli bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia
- X3 : Ulasan produk bedda Lotong di tiktok shop mabelloindonesia memberikan saya informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang akan dibeli
- X4 : Semakin banyak jumlah ulasan produk (review) memudahkan untuk mengetahui kualitas produk yang ada pada tiktok shop mabelloindonesia
- X5 : Gambar yang ada pada ulasan lebih memudahkan untuk percaya terhadap bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia
- X6 : Semakin baik ulasan yang diberikan pada tiktok shop mabelloindonesia maka semakin baik pula reputasi brand mabelloindonesia.

Berdasarkan Tabel 16, menunjukkan bahwa hasil jawaban dari responden mengenai online customer review, pernyataan X1.1 jawaban terbanyak setuju 40 (40%) jawaban terendah cukup setuju 4 (4%). Pernyataan X1.2 jawaban tertinggi sangat setuju 45 (45%) jawaban paling sedikit cukup setuju 2 (2%). Pernyataan X1.3 jawaban terbanyak sangat setuju 40 (40%) dan jawaban terendah cukup setuju 2 (2%). Pernyataan X1.4 jawaban tertinggi setuju 39 (39%) dan tidak ada yang memilih jawaban tidak setuju. Pernyataan X1.5 jawaban terbanyak sangat setuju 38 (38%) dan jawaban terendah cukup setuju 3 (3%). X1.6 jawaban terbanyak setuju 37 (37%) dan terendah cukup setuju 1 (1%).

Skor total untuk variabel online customer rating adalah sebesar 2.409 yang artinya responden termasuk dalam kategori setuju terhadap informasi atau ulasan yang diberikan pada akun tiktok shop mabelloindonesia .

5.5.2. Customer Rating (X2)

Customer Rating merupakan tingkat kepuasan konsumen pada skala tertentu. Sebuah penilaian dengan adanya fitur bintang pada Tiktok Shop mabelloindonesia.

Tabel 17. Kategori Variabel Online Customer Rating

Indikator Pertanyaan	SS (5)		S (4)		N (3)		CS (2)		TS (1)		Jumlah Responden	Total Skor
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
X2.1	50	50	29	29	15	15	3	3	3	3	100	420
X2.2	63	63	22	22	6	6	6	6	3	3	100	436
X2.3	40	40	36	36	14	14	3	3	7	7	100	399
X2.4	52	52	34	34	8	8	3	3	3	3	100	429
X2.5	53	53	30	30	7	7	7	7	3	3	100	423
X2.6	49	49	29	29	12	12	3	3	7	7	100	410
X2.7	55	55	39	39	-	-	3	3	3	3	100	440

Jumlah**2.957 (Sangat Setuju)**

Sumber: Lampiran 5

Keterangan :

X1 : Simbol bintang (rating) produk pada tiktok shop mabelloindonesia dapat dipercaya.

X2 : Semakin banyak simbol bintang maka semakin baik reputasi bedda Lotong mabello pada tiktok shop mabelloindonesia.

X3 : Percaya symbol bintang yang ada pada tiktokshop mabelloindonesia adalah jujur apa adanya.

X4 :Banyaknya simbol bintang (rating) maka tiktok shop mabelloindonesia lebih professional.

X5 : Tertarik untuk membeli bedda Lotong yang memiliki simbol bintang yang tertinggi.

X6 : Jumlah bintang menunjukkan kepopuleran bedda Lotong mabeloindonesia.

X7 : Melihat jumlah bintang (rating) sebelum melakukan pembelian pada tiktok shop mabelloindonesia.

Berdasarkan data tabel 17, menunjukkan bahwa hasil jawaban dari responden mengenai online customer rating, pernyataan X2.1 jawaban terbanyak sangat setuju 50 (50%) jawaban terendah tidak setuju 3 (3%). Pernyataan X2.2 jawaban tertinggi sangat setuju 63 (63%) jawaban paling sedikit tidak setuju 3 (3%). Pernyataan X2.3 jawaban terbanyak sangat setuju 40 (40%) dan jawaban terendah cukup setuju 3 (3%). Pernyataan X2.4 jawaban tertinggi setuju 52 (52%) dan yang memilih jawaban tidak setuju 3 (3%). Pernyataan X2.5 jawaban terbanyak sangat setuju 53 (53%) dan jawaban terendah tidak setuju 3 (3%). X1.6 jawaban terbanyak sangat setuju 49 (49%) dan terendah cukup setuju 3 (3%). Pernyataan X2.7 jawaban terbanyak sangat setuju 55 (55%) dan jawab terendah tidak setuju 3 (3%).

. Skor total untuk variabel online customer rating adalah sebesar 2.957. Pada skala penilaian skor berada pada rentang skala antara 2.940-3.500 yang artinya responden termasuk dalam kategori sangat setuju/sangat puas terhadap penilaian suatu produk yang mengacu pada simbol bintang yang ada pada akun Tiktok Shop Mabello Indonesia. Semakin baik rating dalam jual beli online maka responden menganggap bahwa rating yang baik mempengaruhi responden membeli produk Bedda Lotong di akun Tiktok Shop mabelloindonesia.

5.5.3 Vlogger Review (X3)

Vlogger Review adalah seseorang yang melakukan *review* terhadap suatu produk Bedda Lotong mabello dalam sebuah vlog/blog.

Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai variabel Online Customer Rating sebagai berikut:

Tabel 18. Kategori Variabel Online Vlogger Review

Indikator Pertanyaan	SS (5)		S (4)		N (3)		CS (2)		TS (1)		Jumlah Responden	Skor (F.S)
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
X3.1	42	42	37	37	11	11	6	6	4	4	100	407
X3.2	45	45	33	33	10	10	8	8	4	4	100	407
X3.3	46	46	31	31	11	11	6	6	6	6	100	405
X3.4	45	45	28	28	17	17	6	6	4	4	100	404
Total Skor											1.623 (Setuju)	

Sumber: Lampiran 7

Keterangan :

X1 :Tertarik membeli produk bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia setelah diriview oleh banyak vlogger review

X2 : Yakin membeli produk bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia stelah diriview oleh vlogger review yang terpercaya.

X3 : Memilih membeli produk pada tiktok shop mabelloindonesia setelah diriview oleh vlogger review yang berpengalaman.

X4 : Berminat membeli produk bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia apabila diriview oleh vlogger riview yang dihargai dan digemari .

Berdasarkan Tabel 18, menunjukkan bahwa hasil jawaban kuesioner mengenai online Vlogger review, pernyataan X3.1 jawaban terbanyak yaitu sangat setuju 42(42%) dan adapun yang memilih tidak setuju 4 (4%). Pernyataan X3.2 jawaban tertinggi sangar setuju 45 (45%) dan terndah 4 (4%). Pertnyataan X3.3 jawaban yang paling banayk dipilih sangat setuju 46 (46%) ada juga yang memilih tidak setuju 6 (6%). Pernyataan X3.4 jawaban terbanyak sangat setuju 45 (45%). Skor total untuk variabel online customer rating adalah sebesar 1.623. Pada skala penilaian

skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.360 – 1.679 yang artinya responden termasuk kategori puas terhadap vlog berupa video review tentang produk Bedda Lotong yang terdapat di akun Tiktok Shop Mabello Indonesia. Hal ini kerana vlog berupa video review produk memiliki kekuatan yang cukup besar dalam membangun kepercayaan responden kerana dengan sebuah review produk yang detail, akan memperlihatkan keunggulan serta kekurangan secara lebih banyak.

3.5.4. Rekapitulasi Kategori Variabel(X)

Tabel 19. Rekapitulasi Kategori Variabel X

No.	Variabel X	Total Skor	Kategori
1.	Online Customer Review	2.409	Setuju
2.	Online Customer Rating	2.957	Sangat Setuju
3.	Online Vlogger Review	1.623	Setuju
	Jumlah	6.989	Setuju

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa variabel (X) dipenden memiliki total skor online customer review 2.409, online customer rating 2.957, dan online vlogger review 1.623. Rekapitulasi keseluruhan variabel X memiliki total skor 6.982 dengan kategori setuju.

5.5.5. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan final yang dimiliki seseorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Adapun deskripsi tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

Tabel 20. Kategori Variabel Keputusan Pembelian

Indikator Pertanyaan	SS (5)		S (4)		N (3)		CS (2)		TS (1)		Jumlah Responden	Skor (F.S)
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Y.1	32	32	49	49	15	15	1	1	3	3	100	406
Y.2	27	27	36	36	29	29	5	5	3	3	100	379
Y.3	33	33	47	47	16	16	1	1	3	3	100	406
Y.4	29	29	50	50	13	13	1	1	7	7	100	393
Y.5	40	40	51	51	5	5	1	1	3	3	100	424
Total Skor											2.008 (Baik)	

Sumber: Lampiran 8

Keterangan :

X1 : Memilih untuk berbelanja bedda lotong pada tiktok shop mabelloindonesia karean banyak teman yang menggunakannya

X2 :Mendapatkan informasi membeli produk bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia melalui iklan .

X3 :Menanggap harga bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia lebih terjangkau.

X4 :Memilih membeli bedda lotong .pada tiktok shop mabelloindonesia karena memiliki beberapa varian

X5 :Puas setelah membeli bedda Lotong pada tiktok shop mabelloindonesia.

Berdasarkan Tabel 20, menunjukkan bahwa hasil jawaban kuesioner jawaban kuesioner mengenai keputusan pembelian (Y). Pernyataan pada Y1 jawaban terbanyak yaitu setuju dengan jumlah 49 (49%) dan jawaban terendah yaitu tidak setuju 1 (1%). Pernyataan Y2 jawaban tertinggi yaitu setuju dengan jumlah sebanyak 36 (36%) adapun yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 (3%). Pernyataan Y3 paling banyak dipilih yaitu setuju 47 (47%) dan yang paling sedikit dipilih tidak setuju 3 (3%). Pernyataan Y4 jawaban terbanyak yaitu setuju 50 (50%) dan adapun yang memilih tidak setuju sebanyak 7 (7%). Pernyataan Y5 jawaban responden terbanyak 51 (51%) jawaban terendah yaitu cukup setuju 1 (1%).

Skor total untuk variabel online customer rating adalah sebesar 1.623. Pada skala penilaian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.360 – 1.679 yang artinya responden termasuk kategori puas terhadap vlog berupa video review tentang produk Bedda Lotong yang terdapat di akun Tiktok Shop Mabello Indonesia. Hal ini karena vlog berupa video review produk memiliki kekuatan yang cukup besar dalam membangun kepercayaan responden karena dengan sebuah review produk yang detail, akan memperlihatkan keunggulan serta kekurangan secara lebih banyak. Skor total untuk variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 2.008. Pada skala penilaian skor tersebut berada pada rentang skala antara 1.700 – 2.100 yang artinya keputusan pembelian responden dalam membeli produk Bedda Lotong Mabello termasuk kategori baik.

5.6. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Customer Rating, dan Vlogger Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedda Lotong Mabello

5.6.1. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Normalitas

1. Uji Validitas

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa suatu pernyataan itu dinyatakan valid atau tidak valid yaitu jika korelasi antara butir dengan skor total $< 0,3$ maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid, sebaiknya jika korelasi antara butir dengan skor total $> 0,3$ maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas pada variabel independent yaitu Online customer Review, Online Customer Rating, Online Vlogger Review, dan variabel dependen Keputusan pembelian sebagai berikut

Tabel 21. Uji Validitas Instrumen Variabel Customer Review, Customer Rating, Vlogger Review dan Keputusan Pembelian

Varaibel	Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Online	X1.1	0,810	0,3	Valid
Customer	X1.2	0,853	0,3	Valid
Review (X1)	X1.3	0,867	0,3	Valid

Varaibel	Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation	R Tabel	Keterangan
	X1.4	0,823	0,3	Valid
	X1.5	0,894	0,3	Valid
	X1.6	0,749	0,3	Valid
Online Customer Rating (X2)	X2.1	0,903	0,3	Valid
	X2.2	0,811	0,3	Valid
	X2.3	0,894	0,3	Valid
	X2.4	0,918	0,3	Valid
	X2.5	0,874	0,3	Valid
	X2.6	0,881	0,3	Valid
	X2.7	0,838	0,3	Valid
Onlie Vlogger Review (X3)	X3.1	0,967	0,3	Valid
	X3.2	0,983	0,3	Valid
	X3.3	0,980	0,3	Valid
	X3.4	0,977	0,3	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,891	0,3	Valid
	Y.2	0,848	0,3	Valid
	Y.3	0,871	0,3	Valid
	Y.4	0,744	0,3	Valid
	Y.5	0,837	0,3	Valid

Sumber: Lampiran ,10,11, 12,13

Berdasarkan Tabel 21. Uji Validitas secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 20 sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Alpha	Status	Tingkat Hubungan
Online Customer Review (X1)	0,905	Reliabel	Sempurna
Online Customer Rating (X2)	0,947	Reliabel	Sempurna
Online Vlogger Review (X3)	0,984	Reliabel	Sempurna
Keputusan Pembelian (Y)	0,889	Reliabel	Tinggi

Sumber: Lampiran 14

Berdasarkan Tabel 21, diatas menunjukkan bahwa uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan data instrumen yang valid. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa instrument variabel Online Customer Review, Online Customer Rating, Online Vlogger Review, dan Keputusan Pembelian memiliki reliabilitas yaitu masing-masing sebesar 0,905 (sempurna), 0,947 (sempurna), 0,984 (sempurna) dan 0,889 (tinggi), sehingga keempat variabel instrument tersebut dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk memulai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel tersebut normal atau tidak. Variabel dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi $> 0,05$. Adapun uji normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2- Tailed)	Alpha
0,145	0,05

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan Tabel 23 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas data diperoleh nilai signifikan sebesar $0,145 > 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebaran data variabel berdistribusi normal.

5.6.2. Uji Varians

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *Customer Review* (X1), *Customer Rating* (X2) dan *Vlogger Review* (X3) terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli produk Bedda:

Tabel. 24..Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uraian	Nilai
Model	1
R	0,855
R Square	0,732
Adjusted R Square	0,723
Std Error of the Estimate	1,870

Sumber: Lampiran 16

Tabel 24. diatas menunjukkan bahwa tingkat keeratan hubungan antara variebel dependen dengan seluruh variabel independent. Nilai koefisien korelasi (y) adalah 0,855 artinya hubungan variabel dependen dengan variabel independent cukup kuat.

Nilai R Square (R^2) adalah menjelaskan nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,732. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel *Customer Review*, *Customer Rating*, dan *Vlogger Review* dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong di akun TikTok Shop Mabello sebesar 73,2%, sedangkan sisanya 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk menguji variabel *Customer Review* (X1), *Customer Rating* (X2) dan *Vlogger Review* (X3) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong di akun TikTok Shop Mabello (Y). Adapun Uji F pada penelitian dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 25. Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Model	Regression Residual Total
F Hitung	87.271

Sig	0,000
Keterangan	Signifikan

Sumber: Lampiran 16

Tabel 25, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 87,271 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan Tabel 38 menunjukkan nilai signifikan variabel *Customer Review* (X1) *Customer Rating* (X2) dan *Vlogger Review* (X3) terhadap variabel keputusan konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong di akun TikTok Shop Mabello (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. artinya variabel *Customer Review*, *Customer Rating* dan *Vlogger Review* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong di akun TikTok Shop Mabello, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Latief dan Nirwana (2020) yang mengatakan variabel *customer review* dan *customer rating* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh variabel *Customer Review* (X1) *Customer Rating* (X2) dan *Vlogger Review* (X3) terhadap variabel keputusan konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong di akun TikTok Shop Mabello (Y) menggunakan uji parsial pada setiap koefisien regresi setelah melakukan pengujian hipotesis (uji t) pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Adapun uji t pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 26. Pengaruh Secara Parsial (Uji t)

No	Variabel Bebas	Koefisien Regresi (b)	t Hitung	Sig	Keterangan
1.	Constanta	27.353	18,498	0,000	
2.	Customer Review	-0,638	-14.015	0,000	Signifikan
3.	Costomer Rating	0,224	7.395	0,000	Signifikan
4.	Vlogger Rating	0,114	2.560	0,012	Signifikan

Sumber: Lampiran 16

Berdasarkan data hasil regresi yang diajukan pada Tabel 25. maka diperoleh persamaan hasil regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 27.353 -0,63 X_1 +0,224X_2 +0,114 X_3 + e$$

Berdasarkan pada persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai constanta (Y) sebesar 27.353 artinya apabila variabel Costumer Review, Costumer Rating, dan Vlogger Review mempunyai nilai nol, maka variabel keputusan pembelian akan tetap berada pada 27.353.

a. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia

Nilai koefisien regresi $b_1 = -0,638$ dan bertanda negatif artinya jika variabel customer review meningkat sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,63% Hasil analisis regresi linear berganda untuk variabel Customer Review diperoleh nilai t hitung sebesar -14.015 dengan tingkat signifikansi = 0,000 karena signifikansi $t < \alpha =$ dari 0,05, maka H_0 : ditolak dan H_1 : diterima, artinya variabel customer Review berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia. Hal ini berarti menandakan bahwa ulasan itu dapata bersifat positif dan negatif sehingga bisa saja menurunkan volume penjualan

Review adalah satu dari beberapa faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang, menunjukkan bahwa orang dapat mempengaruhi kemauan untuk membeli suatu produk. (Lackermair, et al., 2013).

b. Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia

Nilai koefisien regresi $b_1 = 0,224$ dan bertanda positif artinya jika variabel customer rating ditingkatkan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,22%. Hasil analisis regresi linear berganda untuk variabel customer rating diperoleh nilai t hitung sebesar 7.395 dengan tingkat signifikansi = 0,000, karena signifikansi $t < \alpha =$ dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia. Hal ini berarti menandakan bahwa apabila online customer rating yang diberikan pelanggan sebelumnya baik maka dapat menimbulkan keyakinan, sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan pembelian produk Bedda Lotong

Online rating menjadi salah satu cara calon pembeli memberikan informasi tentang penjual, maka adanya rating dalam jual beli online menjadi suatu hal yang logis apabila konsumen menganggap bahwa rating menjadi peranan dalam mempengaruhi pembaca terhadap suatu produk (Tsang A.S & Pandegast, 2009).

c. Pengaruh Online Vlogger Rating Terhadap Keputusan Pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia

Nilai koefisien regresi $b_1 = 0,114$ dan bertanda positif artinya jika variabel Vlogger Review ditingkatkan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,11%. Hasil analisis regresi linear berganda untuk variabel vlogger review diperoleh nilai t hitung sebesar 2,560 dengan tingkat signifikansi = 0,012, karena signifikansi $t < \alpha =$ dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bedda Lotong pada Tiktok Shop Mabello Indonesia.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel vlogger review memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Dimana online vlogger review bisa menjadi tolak ukur responden untuk melakukan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa variabel online

vlogger review mempengaruhi konsumen dalam membeli produk Bedda Lotong melalui Tiktok Shop Mabello Indonesia.

Berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis diterima** karena online *customer review*, *customer rating*, dan *vlogger review* secara parsial (uji t) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini sejalan dengan penelitian Putra dkk (2021) *Celebrity Endorser*, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.