

**PENGARUH ENDORSMENT DAN RATING REVIEW
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN
IBU YATI LINGKAR BARAT KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh :

AGUNG ANUGRAH
2061201150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH ENDORSMENT DAN RATING REVIEW
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN
IBU YATI LINGKAR BARAT KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Akutansi Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Oleh :

AGUNG ANUGRAH
2061201150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH ENDORSMENT DAN RATING REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN IBU YATI LINGKAR
BARAT KOTA BENGKULU**



SKRIPSI SKRIPSI

Diajukan oleh :

AGUNG ANUGRAH
2061201150

Disetujui oleh :
Pembimbing

Dr. Islamuddin, S.E., M.M
NIDN.0204026803



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Furqonti Ranidiah, S.E., M.M
NIDN. 02.080473.01

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH ENDORSMENT DAN RATING REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN IBU YATI LINGKAR BARAT KOTA BENGKULU

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Rabu

Tanggal : 6 Agustus 2025

SKRIPSI

Oleh:

AGUNG ANUGRAH
NPM. 2061201150

Dosen Penguji:

1. Drs. Khairul Bahrul, M.M

Ketua (.....)

2. Tezar Arianto, S.E., M.M

Anggota (.....)

3. Dr. Islamuddin, S.E., M.M

Anggota (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Furqon Ranidiah, S.E., M.M

NIDN. 02.080473.01



SERTIFIKASI

Saya Agung Anugrah menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah di sampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan Skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Agustus 2025



Agung Anugrah
NPM. 2061201150

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Berani mencoba, pantang menyerah, sukses pasti mendekat”

“Jadilah versi terbaik dari dirimu, bukan bayangan orang lain”

“Setiap langkah kecil hari ini adalah fondasi kesuksesan esok”

“Belajar bukan untuk hari ini saja, tapi untuk sepanjang hidup”

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KU BUAT.

1. Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa
2. Ayah dan Ibu tercinta, yang doa, cinta, dan pengorbanannya tiada henti menjadi cahaya dalam setiap langkah hidup saya
3. Kakak dan adek yang selalu menjadi sumber semangat dan tempat saya kembali.
4. Keluarga besarku tak henti hentinya memberikan dorongan dan selalu mendoakan kesuksesanku dalam mencapai cita cita
5. Dosen pembimbing dan para pengajar, yang dengan kesabaran dan ilmunya membimbing saya hingga titik ini
6. Sahabat seperjuangan dan teman-teman tercinta, yang telah hadir dalam setiap proses baik dalam tawa maupun lelah selama masa studi ini
7. Ibu Dekan, Dosen, dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
8. Almamater tercinta, yang telah menjadi rumah pembentuk karakter, ilmu, dan pengalaman hidup saya

ABSTRAK

Agung Anugrah, 2025, Pengaruh Endorsment Dan Rating Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu

Dosen Pembimbing: Dr. Islamuddin, S.E., M.M

Strategi pemasaran yang diterapkan perlu dievaluasi serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang Cara usaha mengatasi menggunakan setiap kesempatan maupun paduan pada beberapa sasaran pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Endorsment dan rating review terhadap keputusan pembelian di Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbasis pada paradigma positivisme. Pendekatan kuantitatif meneliti populasi maupun sampel tertentu dengan memanfaatkan alat pengumpulan data, kemudian dianalisis secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dibuat. Jumlah sampel responden ada 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa satu ada pengaruh positif serta signifikan Endorsment (X1) terhadap keputusan membeli (Y) Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Bengkulu. Dua ada pengaruh positif serta signifikan Rating Review (X2) terhadap keputusan membeli (Y) Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Bengkulu. Tiga Endorsment dan Rating Review bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan membeli (Y) Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Bengkulu.

Kata Kunci: Endorsment, Rating Review, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Agung Anugrah, 2025, The Influence of Endorsements and Review Ratings on Purchasing Decisions at Ibu Yati Restaurant in Lingkar Barat, Bengkulu City

Supervisor: Dr. Islamuddin, S.E., M.M

Effective marketing strategies must adapt to market dynamics and consumer behavior. Endorsements and online review ratings are increasingly influential in shaping purchasing decision, particularly in the food and beverage sector. This study aims to find out the effect of endorsements and review ratings on purchasing decision at Ibu Yati Restaurant, Lingkar Barat, Bengkulu City. This research employed a quantitative approach under the positivist paradigm. Data were collected from a sample of 100 respondents by using observation and questionnaires. Statistical analysis was conducted to test the formulated hypotheses regarding the effects of endorsements and review ratings, both individually and jointly, on purchasing decision.

The results of the study show that endorsements (X) demonstrated a positive and significant effect on purchasing decision (X) ($p < 0.05$). Review ratings (X) also exhibited a positive and significant effect on purchasing decision ($p < 0.05$).

Furthermore, endorsements and review ratings together had a significant combined influence on purchasing decisions at Ibu Yati Restaurant, Lingkar Barat, Bengkulu City. Based on the results above can be concluded that both endorsements and review ratings play critical roles in influencing consumer purchasing decisions. Businesses in the restaurant sector can enhance customer acquisition and retention by strategically leveraging influencer endorsements and maintaining high review ratings..

Keywords: Endorsement, Rating Review, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji bagi Allah SWT, yang dengan rahmat-Nya, studi ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Endorsment Dan Rating Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu**”. Skripsi ini ialah salah satu sarat guna mendapatkan gelar sarjana Akutansi pada jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi dan pendampingan dari sejumlah pihak. karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada semua pihak, terutama kepada yang terhormat:

1. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Akutansi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
3. Bapak Dr.Islamuddin,S.E,M.M selaku pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran kepada peneliti.
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
5. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Akutansi yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas motivasinya.
6. Pihak yang telah berperan dalam membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, meski tidak dapat disebutkan secara rinci berupa moril maupun materil dalam penelitian skripsi ini.

Semoga apa yang telah mereka berikan sebagai amal yang baik dan memperoleh imbalan yang sesuai dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa karya tulis ini belum sempurna. Oleh karena itu, setiap kritik dan saran yang

konstruktif akan peneliti ini diharapkan menjadi masukan berharga demi peningkatan kualitas di masa depan.

Bengkulu, Juli 2025

Agung Anugrah
NPM. 2061201150

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN SERTIFIKASI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual	5
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	5
2.1.2 Endorsment.....	11
2.1.3 Rating Review	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Berpikir	19
2.4 Definisi Operasional Variabel	20
2.5 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	22

3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Populasi Dan Sampel	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1 Observasi	23
3.4.2 Kuesioner	23
3.5 Uji Instrumen	24
3.5.1 Uji Validitas.....	24
3.5.2 Uji Reabilitas.....	24
3.6 Uji Asumsi Klasik	25
3.6.1 Uji Normalitas	25
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas	25
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	26
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.7.3 Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil penelitian	30
4.1.1 Deskripsi Rumah Makan Bu Yati	30
4.1.2 Karakteristik Responden	30
4.1.3 Analisis Deskripsi	34
4.1.4 Uji Instrumen.....	38
4.2 Pembahasan	43
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya pemasaran turut menentukan keberhasilan usaha secara umum, terutama di ranah pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan perlu dievaluasi serta dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang Cara usaha mengatasi menggunakan setiap kesempatan maupun paduan pada beberapa sasaran pasar.

Menurut Tjiptono (2014), keputusan pembelian merupakan rangkaian fase saat konsumen menyadari adanya kebutuhan, kemudian mencari serta menelusuri pengetahuan seputar suatu produk maupun merek, serta membandingkan berbagai pilihan guna menentukan solusi terbaik sebelum melakukan pembelian. Setiap individu memiliki metode tersendiri dalam menggali informasi seputar produk yang diminatinya, termasuk produk kesehatan dan kecantikan. Di tengah kemajuan teknologi saat ini, banyak konsumen juga memperhatikan ulasan dan rekomendasi yang tersebar melalui viral marketing. Faktor-faktor seperti motivasi pribadi dan pertimbangan rasional turut berperan dalam memengaruhi Minat membeli. (Widjaja & Indrawati, 2018)

Rating review merupakan bentuk evaluasi dari konsumen lain terhadap suatu produk, yang umumnya disajikan dalam bentuk bintang maupun skor. Semakin tinggi jumlah bintang maupun skor yang diberikan, maka semakin besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk maupun layanan itu. Rating review

diyakini berpengaruh terhadap Minat membeli seseorang, karena umumnya konsumen cenderung memilih produk yang dinilai memiliki kualitas baik. Salah satu cara guna menilai kualitas produk yang belum dikenal ialah melalui endorsement dan ulasan rating dari pengguna sebelumnya. (Rulyagustin, 2023).

Endorsement merupakan strategi pemasaran guna menarik perhatian publik dan meningkatkan kesadaran merek. Kehadiran endorser memberi kesan bahwa konsumen memilih secara selektif dan ingin menaikkan status menggunakan produk yang sama. Pemasar berharap adanya perubahan persepsi konsumen melalui asosiasi positif yang dibentuk oleh citra sang endorser terhadap produk. (Mubarok, 2016)

Menurut data hasil observasi di lokasi penelitian, yaitu di rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Bengkulu, peneliti menemukan masalah pada Minat membeli. Peneliti melakukan observasi kepada 10 orang mengenai keputusannya dalam melakukan pembelian di rumah makan Ibu Yati Sebanyak 2 dari 10 orang mengaku telah membeli di rumah makan ibu Yati.

Dari observasi itu bisa dilihat bahwa hanya sedikit konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat Kota Bengkulu bernama Ibu Ela bahwa beliau tidak melakukan pembelian di rumah makan Ibu Yati karena Ketidaksesuaian produk dengan deskripsi memicu kekecewaan konsumen, sehingga berdampak pada loyalitas dan tingkat kepuasan. Adanya *rating* yang tidak bagus diberikan karena produk tidak sesuai.

Berdasarkan latar belakang itu, penulis ingin mengkaji besarnya pengaruh keputusan pembelian di ranah masyarakat dalam bentuk karya ilmiah berjudul “Pengaruh Endorsment dan rating review terhadap keputusan pembelian di Rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu”.

1.2 Identifikasi Masalah

Latar belakang di atas mengarahkan pada perumusan masalah sebagai berikut:

1. masyarakat yang melakukan keputusan pembelian di rumah makan Ibu Yati masih sedikit orang
2. Endorser yang kurang dikenal oleh konsumen dinilai turut memengaruhi keputusan mereka guna membeli.
3. *Rating Relevan* yang mencerminkan kekecewaan akibat produk tidak sesuai

1.3 Batasan Masalah

Merujuk pada hasil identifikasi masalah di atas Agar penelitian lebih terarah, penulis membatasi kajian hanya pada variabel *endorsment*, variabel *rating review* dan variabel keputusan pembelian

1.4 Rumusan Masalah

Studi ini berangkat dari pertanyaan dasar berikut:

1. Apakah ada pengaruh *endorsment* terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu?
2. Apakah ada pengaruh rating review terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu?
3. Apakah ada pengaruh *endorsment* dan rating review terhadap keputusan

pembelian konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu?

1.5 Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan guna:

1. Guna memahami serta mengkaji dampak dari *endorsment* atas pilihan pembelian yang diambil konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu.
2. Guna mengkaji dan menilai dampak dari *rating review* terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu.
3. Guna menelusuri dan menilai pengaruh *endorsment* dan *rating review* terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Ibu Yati Lingkar Barat Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Selain menambah wawasan, studi ini juga mempertemukan aspek teoritis dan praktis dalam proses pembelajaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

Studi ini memberikan informasi yang relevan sebagai bahan pertimbangan dalam menilai pengaruh *endorsment* dan *rating review* terhadap keputusan pembelian.