

**PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW* OLEH *CAR REVIEW CHANNEL* DI *YOUTUBE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Survei pada Konsumen Mobil di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**ANDRE KURNIA**

**1510525003**

**Nama Pembimbing :**

**Dr.Eri Besra, S.E.,M.M**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**JANUARI 2020**



|                        |                     |                     |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| No. Alumni Universitas | <b>Andre Kurnia</b> | No. Alumni Fakultas |
|------------------------|---------------------|---------------------|

a) Tempat/ Tgl Lahir: Bandung/ 13 April 1998, b) Nama Orang Tua: Asnil dan Mai Taurisia Harpami c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510525003, f) Tanggal Lulus: 7 Januari 2020, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,25 i) Lama Studi: 4 Tahun 6 Bulan, j) Alamat Orang Tua: JL. Linggarjati V Nomor 14, Padang

“Pengaruh *Online Consumer Riview* oleh *Car Review Channel* di Youtube terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Mobil di Kota Padang)”

*Skripsi Oleh : Andre Kurnia*  
*Pemimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Online Consume Review* oleh *Car Review Channel* di Youtube terhadap Keputusan Pembelian Survei pada Konsumen Mobil di Kota Padang. Populasi penelitian ini adalah konsumen mobil di kota Padang. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability*. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berjumlah 85 orang, untuk kemudian diolah dan diuji. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Expertise* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Online Consumer Review , Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, Car Review Channel*

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 7 Januari 2020

Abstrak telah disetujui oleh:

|              |                       |                        |                               |
|--------------|-----------------------|------------------------|-------------------------------|
| Tanda Tangan | 1.                    | 2.                     | 3.                            |
| Nama Terang  | Dr. Eri Besra, SE, MM | Dr. Verinita, SE, M.Si | Dr. Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil |

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si  
NIP. 197208262003122004



TandaTangan

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

|                        | Petugas Fakultas/Universitas |             |
|------------------------|------------------------------|-------------|
| No. Alumni Fakultas    | Nama                         | TandaTangan |
| No. Alumni Universitas | Nama                         | TandaTangan |