

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI INTERVENING PADA PENGGUNA SHOPEE DI BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

ANNISA PURNAMA SARI

NIM: 1910412120020



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI *INTERVENING* PADA
PENGUNA SHOPEE DI BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Annisa Purnama Sari
NIM : 1910412120020
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

- a. Pembimbing

Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP.195608081984031002

[.....]

- b. Penguji I

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP.197604132000121002

[.....]

- c. Penguji II

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP.197604142001121003

[.....]

Banjarmasin, 15 Juni 2023

Koordinator Prodi
Administrasi Bisnis

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP.197511052001122001

Ketua Pembimbing

Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP.195608081984031002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP.197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 15 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3401/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 13 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Annisa Purnama Sari
NIM : 1910412120020
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Customer Trust Sebagai Intervening Pada Pengguna Shopee di Banjarmasin*

Tempat Ujian : Ruang Sidang 2
Waktu Ujian : 16.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 84,3 / A
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

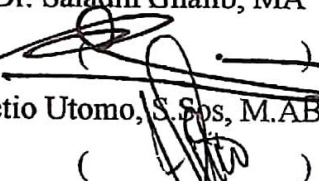
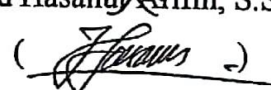
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 15 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Annisa Purnama Sari

1. Ketua : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
2. Sekretaris : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()
3. Anggota : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Hj. Nurul Widyanti, S.Sos, M.AB
NIP. 19731105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Customer Trust* Sebagai *Intervening* Pada Pengguna Shopee Di Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, SE, M.SI selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku dosen pembimbing.
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji 1.
6. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji 2.

7. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Banjarmasin, 15 Juni 2023

Annisa Purnama Sari

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas karunia dan ridhoNya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Sebagai ungkapan terima kasih kupersembahkan karya ini kepada: abah dan mama (abah M. Isya dan mama Risnawati) tercinta. Terima kasih atas kasih sayang serta motivasi dan doa yang tiada henti kalian hadirkan di hidupku untuk mengiringi perjalananku sehingga aku dapat menyelesaikan pendidikan ini, sebagai tanda bakti dan hormat kupersembahkan karya ini, semoga dengan karya kecil ini bisa membuat kalian bangga.

Tak lupa pula adik kakak yang kakak sayang (Safwan Ridhoni) terima kasih untuk canda tawa dan guyonan serta kelakuan-kelakuan aneh mu yang dapat menjadi hiburan di sela-sela penulisan skripsi ini.

Terima kasih untuk keluargaku tercinta atas kebersamaan, dukungan dan semangatnya.

Teruntuk sahabat-sahabatku:

Sahabat ku Aura, Zurai, Putri dan inuy yang selalu menjadi support system, partner nongkrong yang selalu memberi hiburan pada saat penat menyusun skripsi ini.

Teman-teman perkuliahan, Isti, Jannatul, Erwin dan Ridha, yang selalu bersama saat masih menjadi maba sampai saat ini.

Teman-teman se dosen pembimbing yang selalu kompak dalam melakukan bimbingan, semangat dan tolong-menolong yang kalian berikan sangat berarti dalam proses penulisan skripsi ini

Teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2019

Tak lupa pihak-pihak yang senantiasa ikut andil dalam proses penyusunan skripsi ini yang tak bisa kusebutkan satu persatu. Walaupun nama kalian tidak tertulis disini namun jasa yang kalian berikan akan selalu aku ingat.

Untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah melakukan usaha yang maksimal dalam pembuatan skripsi ini serta bertahan dalam proses penyusunan skripsi ini sampai akhir.

Terima kasih atas supportnya dan terima kasih sudah menjadi bagian indah dari perjalanan ini.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 15 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,



Annisa Purnama Sari
NIM: 1910412120020

ABSTRAK

Annisa Purnama Sari, 1910412120020, 2023. Pengaruh *online customer review* terhadap *purchase intention* dengan *customer trust* sebagai *intervening* pada pengguna Shopee di Banjarmasin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap *purchase intention* dan *customer trust* baik secara langsung maupun tidak langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Shopee di Banjarmasin dengan kriteria tertentu dan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Sampel berjumlah 100 orang, dengan pendekatan *nonprobability sampling*, teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan *partial least square* (PLS).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna Shopee di Banjarmasin. *Online customer review* dan kepercayaan pengguna Shopee, masing-masing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian mereka menggunakan Shopee. Selanjutnya, *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian melalui kepercayaan pengguna Shopee di Banjarmasin.

Kata kunci: *online customer review*, kepercayaan, dan niat beli.

ABSTRACT

Annisa Purnama Sari, 1910412120020, 2023. The influence of online customer reviews on purchase intention with customer trust as an intervention for Shopee users in Banjarmasin.

This study aims to determine the effect of online customer reviews on purchase intention with customer trust, both directly and indirectly. The population in this study were all Shopee application users in Banjarmasin with several criteria and an unknown sample size. The sample is 100 people, with a nonprobability sampling approach, accidental sampling technique. This study uses a quantitative approach, with data collection techniques using questionnaires and data analysis using partial least squares (PLS).

The results obtained from this study indicate that online customer reviews have a positive and significant effect on the trust of Shopee users in Banjarmasin. Online customer reviews and the trust of Shopee users each have a positive and significant influence on their purchase intention to use Shopee. Furthermore, Online customer review has a positive and significant influence on purchase intentions through the trust of Shopee users in Banjarmasin.

Keywords: online customer review, customer trust, and purchase intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Landasan Teoritis	25
2.1.1 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen).....	25
2.1.2 Proses Keputusan Konsumen	27
2.1.3 <i>Consumer Attitude</i> (Sifat Konsumen).....	29
2.1.4 <i>Purchase Intention</i> (Niat Beli).....	31
2.1.5 <i>Customer Trust</i> (Kepercayaan Konsumen)	34
2.1.6 <i>Online Customer Review</i> (OCR)	37
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	43
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	54
2.3.1 Hipotesis Penelitian	54
2.3.2 Model Penelitian.....	60

BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Pendekatan Penelitian	61
3.2 Desain Penelitian.....	61
3.3 Lokasi Penelitian.....	61
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Besar Sampel	62
3.4.3 Teknik Sampling.....	63
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	64
3.5.1 Variabel Eksogen.....	64
3.5.2 Variabel intervening	66
3.5.3 Variabel Endogen	67
3.6 Teknik Pengumpulan Data	70
3.7 Skala Pengukuran.....	71
3.8 Deskriptif Statistik.....	71
3.9 Teknik Analisa Data.....	72
3.9.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	73
3.9.2 Model Struktural (Inner Model)	75
BAB IV HASIL PENELITIAN	78
4.1 Profil Responden.....	78
4.1.1 Usia Responden	78
4.1.2 Gender Responden.....	78
4.1.3 Domisili Responden.....	79
4.2 Deskriptif Variabel.....	79
4.2.1 Deskriptif Variabel Online Customer Review (X)	79
4.2.2 Deskriptif Variabel Customer Trust (Z)	84
4.2.3 Deskriptif Variabel Purchase Intention (Y)	87
4.3 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	90
4.3.1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	91
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen Model Pertama.....	91
4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Model Kedua	92

4.3.1.3 Hasil Bobot Faktor.....	94
4.3.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan	97
4.3.2.1 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	97
4.3.2.2 Hasil Uji Cross Loading	97
4.3.3 Hasil Uji Reabilitas Konstruksi.....	98
4.3.3.1 Hasil Uji Cronbach's Alpha	98
4.3.3.2 Hasil Uji Composite Reliability.....	98
4.4 Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	99
4.4.1 Hasil Estimasi R-Square	99
4.4.2 Hasil Estimasi Q-Square.....	100
4.4.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	100
4.4.3.1 Pengaruh langsung.....	101
4.4.3.2 Pengaruh Tidak Langsung	103
4.5 Model Akhir Penelitian	105
BAB V PEMBAHASAN HASIL	106
5.1 Pembahasan.....	106
5.1.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention	106
5.1.2 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Customer Trust	108
5.1.3 Pengaruh Customer Trust Terhadap Purchase Intention	110
5.1.4 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust.....	112
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	113
5.2.1 Implikasi Hasil Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention	113
5.2.2 Implikasi Hasil Pengaruh Online Customer Review Terhadap Customer Trust	114

5.2.3 Implikasi Hasil Pengaruh Customer Trust Terhadap Purchase Intention.....	115
5.2.4 Implikasi Hasil Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Trust	116
5.3 Keterbatasan Penelitian	117
BAB VI PENUTUP	118
6.1 Kesimpulan.....	118
6.2 Saran.....	118
6.2.1 Akademis	118
6.2.2 Praktis	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	127
BIODATA PENELITI.....	141

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	GMV dan Market Share Marketplace Di Indonesia 2020.....	3
Tabel 2.1	Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	68
Tabel 3.2	Klasifikasi Skala Likert.....	71
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	72
Tabel 3.4	Klasifikasi Nilai Uji Outer Model.....	74
Tabel 3.5	Klasifikasi Nilai koefisien korelasi.....	76
Tabel 3.6	Klasifikasi Nilai Uji Inner Model.....	77
Tabel 4.1	Profil responden berdasarkan usia.....	78
Tabel 4.2	Profil responden berdasarkan gender.....	78
Tabel 4.3	Profil responden berdasarkan domisili tempat tinggal.....	79
Tabel 4.4	Rekapitulasi jawaban responden variabel online customer review (x).....	80
Tabel 4.5	Rekapitulasi jawaban responden variabel customer trust (Z)..	85
Tabel 4.6	Rekapitulasi jawaban responden variabel purchase intention (Y).....	87
Tabel 4.7	Hasil uji outer loading model pertama.....	91
Tabel 4.8	hasil uji outer loading model kedua.....	92
Tabel 4.9	Bobot faktor item variabel online customer review (X).....	94
Tabel 4.10	Bobot faktor item variabel customer trust (Z).....	95
Tabel 4.11	Bobot faktor item variabel purchase intention (Y).....	96
Tabel 4.12	Hasil uji Average Variance Extracted (AVE).....	97
Tabel 4.13	Hasil uji cross loading.....	97
Tabel 4.14	Hasil uji Cronbach's Alpha.....	98
Tabel 4.15	Hasil uji composite reliability.....	98
Tabel 4.16	Nilai estimasi R-Square dan Adjusted R-Square.....	99
Tabel 4.17	Nilai estimasi Q-square.....	100
Tabel 4.18	Nilai koefisien pengaruh langsung.....	101
Tabel 4.19	Nilai koefisien pengaruh tidak langsung.....	103

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Peringkat global untuk persentase pengguna internet yang membeli sesuatu secara online (2021).....	1
Gambar 1.2	Hasil survei Ipsos 2022.....	4
Gambar 1.3	Perbandingan produk di Shopee.....	9
Gambar 2.1	Model pengambilan keputusan konsumen (Schiffman & Kanuk, 2004).....	27
Gambar 2.2	Model hierarki efek (Robert J. Lavidge & Gary A. Steiner)...	29
Gambar 2.3	Model Hierarki AIDA (E. K. Strong).....	33
Gambar 2.4	Model Penelitian.....	60
Gambar 4.1	Nilai outer loading model pertama.....	92
Gambar 4.2	Nilai outer loading model kedua.....	93
Gambar 4.3	Nilai t-statistik model struktural bootstrapping.....	101
Gambar 4.4	Model Akhir Penelitian.....	105

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	128
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuesioner.....	133
Lampiran 3	Output smartPLS.....	137
Lampiran 4	Sertifikat Plagiasi.....	140