

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (STUDI PADA MASYARAKAT BANJARMASIN)

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

Oleh:

SITI RAHMAH RAMA

1710412310042



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

- A. Nama Mahasiswa : Siti Rahmah Rama
NIM : 1710412310042
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji
- a. Pembimbing
M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM []
NIP. 197604142001121003
 - b. Penguji I
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM []
NIP. 1989120720171204001
 - c. Penguji II
Humaidi, S.AB,M.AB []
NIP. 199304212020121013

Banjarmasin, Agustus 2023

Koordinator

Prodi Administrasi Bisnis



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

Ketua Pembimbing



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

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM



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/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1556/UN8.1.13/KP.10.00/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara :

1. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
2. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
3. Humaidi, S.AB, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Siti Rahmah Rama
NIM : 1710412310042
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Online *Customer Review* Dan Online *Customer Rating* Terhadap Minat Pembelian Pada *Marketplace* Shopee

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 01 Desember 2022
J a m : 16.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Skripsi 1

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 28 November 2022
Dekan,



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 01 bulan Desember tahun 2022, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1556/UN8.1.13/KP.10.00/2022 tanggal 28 November 2022 untuk menguji skripsi :

Nama : Siti Rahmah Rama
NIM : 1710412310042
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Online *Customer Review* Dan Online *Customer Rating* Terhadap Minat Pembelian Pada *Marketplace* Shopee
Tempat Ujian : Ruang Skripsi 1
Waktu Ujian : 16.00 Wita s.d Selesai
Nilai : *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 : 01 Desember 2022

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Siti Rahmah Rama

1. Ketua : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
()
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 19760414 200112 1 003

Lembar Persembahan

“ Skripsi ini penulis dedikasikan kepada alm. Ayah dan almh. Ibu saya tercinta, ketulusannya dari hati atas kerja keras dan doa yang dulu pernah mereka panjatkan telah membawa penulis ketitik ini. Serta untuk orang-orang terdekat saya yang selalu mendukung saya sejauh ini. Terima Kasih ”

PERNYATAAN ORISINALITAS

ABSTRAK

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik diperguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini 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, 05 September 2023

Yang membuat

Pernyataan,



Siti Rahmah Rama

NIM : 1710412310042

ABSTRAK

Siti Rahmah Rama. 1710412310042, 2022, Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian pada Marketplace Shopee. Dibawah bimbingan M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Online Customer review, Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian Marketplace Shopee.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 150 responden dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian membuktikan Online Customer Review berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Pembelian pada Marketplace Shopee dengan besar pengaruh 0,346 atau sebesar 34,6%. Online Customer Rating berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Pembelian pada Marketplace Shopee dengan besar pengaruh 0,341 atau sebesar 34,1%. Online Customer Review dan Online Customer Rating berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Pembelian pada Marketplace Shopee dengan besar pengaruh 0.398 atau sebesar 39,8%.

Kata Kunci : Online Customer Review, Online Customer Rating, Marketplace Shopee

ABSTRACT

Siti Rahmah Rama, 1710412310042, 2022, Online Customer Influence Reviews and Online Customer Ratings for Purchase Interest on the Marketplace Shopee. Under the guidance of M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM.

This study aims to examine the influence of online customer reviews, Online Customer Rating of Shopee Marketplace Purchase Mint.

The research approach used is a quantitative approach. Samples were taken as many as 150 respondents with purposive sampling technique.

Data collection using a questionnaire, where as analysis data using multiple linear regression. The results of the study prove that Online Customer Reviews have an effect partially significant to Mint Purchases on the Shopee Marketplace with a bear effect of 0.346 or 34.6%, Online Customer Rating partially significant effect on Purchase Interest in The Shopee Marketplace with a bear influence of 0.341 or 34.1%. On line Customer Reviews and Online Customer Ratings have a significant effect on Simultaneous buying interest on the Shopee Marketplace with a large the effect of 0.398 or 39.8%.

Keywords: Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, Marketplace Shopee

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan, karena berkat limpahan Rahmat, Karunia dan Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Banjarmasin)”. Penyusunan proposal skripsi ini dilakukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, MSi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan, dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM Selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Humadi, S.AB, M.AB selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan Ilmu pengetahuan dan bimbingan sehingga penulis dapat skripsi ini.
8. Orang tua penulis Bapak, Mama, Kakak, Adik, yang telah mendoakan dan mendukung penuh penulis untuk menyelesaikan proposal Skripsi ini.
9. Teman penulis yang ikut terlibat dalam penulisan skripsi ini yang memberikan kritik, saran dan informasi untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh teman-teman di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat, terutama teman-teman di Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2017 yang telah banyak memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih tidak sempurna. Keterbatasan waktu, kemampuan dan finansial juga merupakan faktor yang

membuat proposal skripsi ini memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca ataupun para Dosen. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perusahaan yang bersangkutan.

Banjarmasin, Juni 2023

Siti Rahmah Rama

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Marketplace	28
2.1.3 Theory of Reasoned Action	31
2.1.4 Online Customer Review	34
2.1.5 Online Customer Rating.....	40
2.1.6 Minat Beli	41
2.2 Penelitian Terdahulu	44
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	57
3.2 Desain Penelitian.....	57
3.3 Lokasi Penelitian.....	58
3.4 Populasi dan Sampel	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2 Besar Sampel	59

3.4.3 Teknik Sampling.....	60
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	60
3.5.1 Variabel Independen.....	60
3.5.2 Variabel Dependen	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data	67
3.7 Teknik Analisa Data	68
3.7.1 Skala Pengukuran	68
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	69
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	70
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
3.7.5 Alat Uji Hipotesis	73
3.7.6 Koefisien Determinasi	74

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Responden	76
4.2 Deskriptif Variabel	81
4.2.1 Variabel Online Customer Review (X1)	81
4.2.2 Variabel Online Customer Rating (X2).....	84
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	91
4.3.2 Hasil ji Reliabilitas	92
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	94
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	96
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
4.6 Pengujian Hipotesis	100
4.6.1 Hipotesis Uji T (Uji Parsial)	100
4.6.2 Hipotesis Uji F (Uji Simultan).....	102
4.7 Koefisien Determinasi	103

BAB V PEMBAHASAN HASIL

5.1 Pembahasan.....	106
5.1.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli.....	106
5.1.2 Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Minat Beli	107
5.1.3 Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli.....	107
5.2 Implikasi Hasil.....	108
5.2.1 Online Customer Review Terhadap Minat Beli.....	109
5.2.2 Online Customer Rating Terhadap Minat Beli	109
5.3 Keterbatasan Penelitian	110

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	111
6.2 Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	xi
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN