

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KULINER *FOLLOWERS* INSTAGRAM
@BANJARMASINFOOD**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh:

MUHAMMAD RIZAL JULIANUR

NIM : DIA215056



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

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK KULINER *FOLLOWERS* INSTAGRAM @BANJARMASINFOOD


- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Rizal Julianur
NIM : DIA215056
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- Pembimbing
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos. MAB
NIP. 197511052001122001
 - Penguji I
M. Hasanur Ariffin, S.Sos. MM
NIP. 197604142001121003
 - Penguji II
Noor Hidayati S.Sos. MAB
NIP. 197805242006041001

Banjarmasin, September 2022


Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis


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

Ketua Pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos. MAB
NIP. 197511052001122001

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM


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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah :

Nama : Muhammad Rizal Julianur
Tempat/ Tanggal Lahir : Banjarmasin, 26 Juli 1997
NIM : D1A215056
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jalan Sulawesi Gang Palopo No. 12 RT. 017
Kelurahan Pasar Lama

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa tulisan dan data yang saya muat dalam karya ilmiah / skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiasi dan apabila dikemudian hari ditemukan data yang terindikasi adanya penyimpangan / pemalsuan pada bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa adanya paksaan dari siapapun juga, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 26 Desember 2022

Muhammad Rizal Julianur

ABSTRAK

Muhammad Rizal Julianur, DIA215056, Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Followers Instagram @BanjarmasinFood dibawah bimbingan Nurul Wahyuni.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh secara parsial dan simultan Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Followers Instagram @BanjarmasinFood.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 99 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Online Customer Review secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Minat Beli dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, kemudian Kepercayaan secara parsial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Online Customer Review dan Kepercayaan secara simultan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Minat Beli dengan besar pengaruh 0,320 atau sebesar 32%.

Kata Kunci: online customer review, kepercayaan, minat beli

ABSTRACT

Muhammad Rizal Julianur, DIA215056, The Influence of Online Customer Reviews and Trust on Interest in Buying Culinary Products for Instagram Followers @BanjarmasinFood under the guidance of Nurul Wahyuni.

This study aims to test and analyze the effect of partially and simultaneously Online Customer Review and Trust on Purchase Interest of @BanjarmasinFood Instagram Followers Culinary Products.

The research approach used is a quantitative approach. Samples were taken as many as 99 respondents who were selected using purposive sampling technique. Data collection using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis using the SPSS 25 program.

The results showed that Online Customer Review partially had a positive and significant effect on Buying Interest with a significant value of $0.000 < 0.05$, then Trust partially also had a positive and significant influence on Buying Interest with a significant value of $0.000 < 0.05$. Based on the results of this study, it shows that Online Customer Review and Trust simultaneously have a significant positive effect on Purchase Interest with a large effect of 0.320 or 32%.

Keywords: online customer review, trust, buying interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini, dengan judul Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Followers Instagram @BanjarmasinFood sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini terselesaikan karena adanya bantuan baik secara moril maupun materiel dari berbagai pihak, oleh karena itulah pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Sutarto Hadi, M.Si, M.Sc 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. Bapak M. Hasanur Ariffin, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Nurul Wahyuni, S.Sos. MAB selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengajari, dan mengarahkan saya dalam memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.

5. Ibu Noor Hidayati S.sos. MAB selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat menilai dan mengarahkan saya, agar saya dapat pelajaran yang tiada ternilai harganya dan menjadi lebih baik.
6. Bapak M. Hasanur Ariffin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat menilai dan mengarahkan saya, agar saya dapat pelajaran yang tiada ternilai harganya dan menjadi lebih baik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang serta seluruh Staf Tata Usaha dan Staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama saya menuntut ilmu.
9. Kepada orang tua saya Ahmad Turmiji dan Susi Irawana yang telah selalu berjuang dan bekerja keras untuk kepentingan pendidikan saya.
8. Kepada Fajar, Ade Bayu, Mas Reza Iqbal, Ijat, Saman, Apis, Yadi, Didit, Boy, Rizkan, Deddy sahabat-sahabat Anarchy saya yang telah saling membantu dan mewarnai masa-masa perkuliahan, baik di dalam kampus serta diluar lingkungan kampus.
9. Kepada Renaldy Oktavianoor, Marisa Khairina, Fathur, Erwin, Ijat yang telah turut membantu dan menemani dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Kepada Lana, Fajar, Aat, Nasir (Ading) yang telah menjadi teman bermain PUBG disela pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada Ade Riana Pratiwi yang telah menjadi teman, pasangan, penyemangat dalam pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.

Dengan ketulusan hati penulis memanjatkan doa agar segala kebaikan, bantuan, semangat serta bimbingan dan pengetahuan yang diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis. Akhir kata saya mempersembahkan karya ilmiah ini untuk kalian orang-orang yang saya cintai dan saya sayangi. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, dan pembaca yang memerlukannya, amin.

Banjarmasin, 2022

Penulis

Muhammad Rizal Julianur

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTARCT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	13
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.2 Internet	17
2.1.2.1 Pengertian Internet	17
2.1.3 Online Customer Review	19
2.1.3.1 Pengertian Online Customer Review	19
2.1.3.2 Syarat Online Customer Review	20
2.1.3.3 Indikator Online Customer Review.....	21
2.1.4 Kepercayaan	21
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan	21
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan	22
2.1.4.3 Indikator Kepercayaan.....	23
2.1.5 Minat Beli.....	24
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli.....	24
2.1.5.2 Indikator Minat Beli	29
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	31
2.1.6.1 Hubungan Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Model Penelitian	34
2.4 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Tipe Penelitian	35
3.3 Lokasi Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Sampling	37
3.6 Definisi Operasional Variable.....	37
3.7 Sumber Data.....	42
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.9 Teknik Penentuan Skor.....	43
3.10 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	45
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.10.2 Uji Validitas	44
3.10.3 Uji Reliabilitas.....	45
3.10.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.10.5 Regresi Linear Berganda.....	48
3.10.6 Uji Hipotesis.....	49

BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

4.1 Profil Singkat Kota Banjarmasin	52
4.2 Gambar Wilayah Banjarmasin.....	53
4.3 Profil Singkat @BanjarmasinFood	53
4.4 Online Customer Review pada @BanjarmasinFood	53
4.5 Kepercayaan Masyarakat pada @BanjarmasinFood	54
4.6 Minat Beli pada @BanjarmasinFood.....	54

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	55
5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
5.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
5.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	57
5.1.4 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku.....	57
5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	58
5.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Online Customer Review (X1)	58
5.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan (X2)	64
5.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	68
5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
5.3.1 Hasil Uji Validitas	75
5.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	76
5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
5.4.1 Hasil Uji Normalitas	77
5.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
5.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	81
5.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83

5.6 Pengujian Hipotesis.....	84
5.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)	84
5.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
5.6.3 Hasil Koefisien Determinasi	86
5.6.4 Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR)...	87
5.7 Model Hasil Penelitian	91
5.8 Interpretasi Hasil	91
5.8.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli.....	91
5.8.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	92
5.8.3 Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	93
5.9 Implikasi Hasil	93
5.9.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli.....	93
5.9.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	94
5.9.3 Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli	95
5.10 Keterbatasan Penelitian	96

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	97
6.2 Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Followers Instagram.	4
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	32
Tabel 3.1	Definisi operasional variabel	41
Tabel 3.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	57
Tabel 5.5	Fitur ulasan produk sangat membantu saya spesifikasi produk melalui penilaian yang dilakukan oleh setiap pembeli	59
Tabel 5.6	Semakin banyak jumlah fitur ulasan positif maka semakin baik reputasi.....	59
Tabel 5.7	fitur ulasan produk yang di buat @BanjarmasinFood bertujuan untuk meningkatkan frekuensi penjualan.	60
Tabel 5.8	jumlah fitur ulasan dan diskusi menunjukkan frekuensi kepopuleran	61
Tabel 5.9	Fitur ulasan produk membantu saya dalam membandingkan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan saya.....	61
Tabel 5.10	Fitur ulasan di @BanjarmasinFood membantu saya untuk menentukan pilihan pembelian	62
Tabel 5.11	Fitur ulasan produk mempengaruhi pilihan saya dalam melakukan pembelian di @BanjarmasinFood	63
Tabel 5.12	Fitur ulasan positif mempengaruhi pendapat saya terhadap produk.....	64
Tabel 5.13	@BanjarmasinFood memberikan yang sesuai dengan keinginan	64
Tabel 5.14	@BanjarmasinFood memberikan informasi yang jelas tentang rekomendasi food yang ada di Banjarmasin	65
Tabel 5.15	@BanjarmasinFood memberikan solusi tempat kuliner paling menarik dan bagus serta yang berkualitas	66
Tabel 5.16	BanjarmasinFood memberikan layanan tentang tempat kuliner paling bagus dan menarik dan berkualitas	67
Tabel 5.17	Saya tertarik untuk mencari informasi tentang @BanjarmasinFood secara lengkap sebelum mengunjunginya	68
Tabel 5.18	Saya berusaha mencari informasi @BanjarmasinFood apa saja yang membuat orang lain banyak mengunjungi	69
Tabel 5.19	Saya sangat mempertimbangkan dulu sebelum membeli di @BanjarmasinFood.....	70
Tabel 5.20	Saya akan mempertimbangkan tempat @BanjarmasinFood	70
Tabel 5.21	Saya yakin untuk menggunakan tempat @BanjarmasinFood ...	71
Tabel 5.22	Saya tertarik pada tempat yang @BanjarmasinFood karena tempat nya yang sangat menarik	71
Tabel 5.23	Saya ingin mengetahui apa saja yang ada di banjarmainfood..	72
Tabel 5.24	Saya ingin mencari tahu informasi tentang perbandingan	

	produk-produk kuliner di @BanjarmasinFood	73
Tabel 5.25	Saya tertarik ingin memiliki dan ingin membeli/menggunakan dari @BanjarmasinFood setelah mendengar rekomendasi dari orang lain	73
Tabel 5.26	Saya berniat membeli/menggunakan ulang @BanjarmasinFood karena banyak yang menarik	74
Tabel 5.27	Hasil Uji Validitas	75
Tabel 5.28	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 5.29	Hasil Kolmogorov-Smirnov.....	79
Tabel 5.30	Uji Glejser	81
Tabel 5.31	Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 5.32	Hasil Uji Durbin Watson	82
Tabel 5.33	Hasil Regresi Linier Berganda	83
Tabel 5.34	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel 5.35	Hasil Uji Simultan (Uji F)	86
Tabel 5.36	Hasil Koefisien Determinasi	87
Tabel 5.37	Correlations (r) antara variabel X dan Y secara parsial.....	88
Tabel 5.38	hasil Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)	89
Tabel 5.39	Hasil Sumbangan Relatif (SR).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Media Sosial Yang Sering Digunakan.	2
Gambar 2.1	Model Penelitian	34
Gambar 4.1	Letak wilayah Banjarmasin	54
Gambar 5.1	Grafik Histogram.....	77
Gambar 5.2	Grafik Normal Probability Plot.....	78
Gambar 5.3	Grafik Scatterplot	80
Gambar 5.4	Model hasil Penelitian	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2	Tabulasi Data	107
Lampiran 3	Hasil Output Tabel frekuensi	114
Lampiran 4	Hasil Output Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik	124