

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *TRUST* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK OH MY GLAM (OMG)
COVERLAST LIQUID FOUNDATION DI PLATFORM SHOPEE
(Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)**

**LIA SRISUPROBOWATI
NIM: 2210312220064**



**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *TRUST* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK OH MY GLAM (OMG)
COVERLAST LIQUID FOUNDATION DI PLATFORM SHOPEE
(Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)**

**LIA SRISUPROBOWATI
NIM: 2210312220064**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

Judul : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

Nama : Lia Srisuprobowati

NIM : 2210312220064

disetujui,
Pembimbing,



Rusniati, S.E., M.Si.
NIP. 19721117 199702 2 004

Penguji I



Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M.
NIP. 19670909 199303 1 001

Penguji II



Dr. Nuril Huda, S.E., M.M.
NIP. 19721021 199903 1 002

diketahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19700707 200501 1 001

Tanggal Lulus : 13 Juli 2025

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Nama : Lia Srisuprobawati
NIM : 2210312220064
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

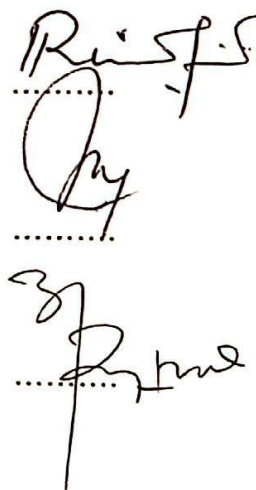
Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026
Waktu Ujian : 13.30 – 15.30 WITA
Tempat Ujian : Ruang C-5

Tim Penguji

Pembimbing : Rusniati, S.E., M.Si.

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M

Penguji II : Dr. Nuril Huda, S.E., M.M



Handwritten signatures of the examiners: Pembimbing (Rusniati), Penguji I (Dr. H. M. Riza Firdaus), and Penguji II (Dr. Nuril Huda).

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Lia Srisuprobawati
NIM : 2210312220064
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)

Matakuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026
Waktu Ujian : 13.30 – 15.30 WITA
Tempat Ujian : Ruang C-5

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 27 Juli 2026

Mahasiswa,



Lia Srisuprobawati
NIM. 2210312220064

Dosen Pembimbing,



Rusniati, S.E., M.Si.
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 27 Juli 2026

No : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
di tempat

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Lia Srisuprobowati
NIM : 2210312220064
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)
Tanggal Ujian : Senin, 13 Juli 2026

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
Rusniati, S.E., M.Si. NIP. 19721117 199702 2 004	Pembimbing	27 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat
Mahasiswa,



Lia Srisuprobowati
NIM. 2210312220064



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - A C A R A

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Senin** tanggal **13 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.138/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **12 Juli 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **LIA SRISUPROBOWATI**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312220064**
3. Tempat Ujian : **C-5**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **13.30 Wita**
s/ d Jam **15.30 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **A (85,67)**

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **13 Juli 2026**

Tanda tangan calon,

LIA SRISUPROBOWATI

Pembimbing

RUSNIATI, SE, M.Si

PANITIA UJIAN
Penguji 1

Dr. H. M. RIZA FIRDAUS, SE, MM

Penguji 2

Dr. NURIL HUDA, SE, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend. H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123. Tlp & Fax.(0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 19/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : **LIA SRISUPROBOWATI**

NIM : **2210312220064**

Program Studi : **MANAJEMEN FEB ULM**

Judul Artikel : **PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK OH MY GLAM (OMG) CONVERLAST LIQUID FOUNDATION DI PLATFORM SHOPEE (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN)**

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 20%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 3 Agustus 2026

Koordinator Prodi

Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lia Srisuprobowati
NIM : 2210312220064
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : **“Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 27 Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Lia Srisuprobowati
NIM. 2210312220064

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin)” dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin beserta jajaran.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Rusniati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang sudah banyak memberikan bimbingan, arahan, serta saran pada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M., selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

6. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., M.M., selaku dosen penguji II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, yang sudah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, Papa dan Ibu, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan bagi penulis selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan keikhlasan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Teman-teman perkuliahan penulis, yang tergabung dalam Paguyuban Termos, Pergaulan Positif, Domba dan Gembala, serta seluruh teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah kebersamai penulis selama menjalani perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini, serta atas segala dukungan, perhatian, dan kasih sayang tulus yang diberikan.
10. Teman-teman organisasi dan kepanitiaan penulis, khususnya Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat periode 2023 dan 2024, atas kebersamaan, dukungan, kerja sama, serta pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Semoga segala kebaikan, bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT serta senantiasa berada dalam rahmat dan lindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa

skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk penyempurnaan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai tambahan wawasan maupun sebagai referensi bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banjarmasin, 02 Juli 2026

Lia Srisuprobawati
2210312220064

ABSTRACT

Lia Srisuprobowati. 2026. *The Influence of Online Customer Reviews and Perceived Value on Purchase Intention through Trust as a Mediating Variable in Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation Products on the Shopee Platform (A Study of Generation Z in Banjarmasin City)*. Supervisor: Rusniati; Examiner I: M. Riza Firdaus; Examiner II: Nuril Huda

This study aims to analyze the effects of Online Customer Reviews, Perceived Value, and Trust on Purchase Intention, as well as to examine the mediating role of Trust in the relationship between Online Customer Reviews and Perceived Value and Purchase Intention for Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation products on the Shopee platform.

This study employed a quantitative approach with a sample of 100 Generation Z Shopee users in Banjarmasin City selected using purposive sampling. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS).

The results indicate that Online Customer Reviews have no significant effect on Purchase Intention but have a significant effect on Trust. Perceived Value has a significant effect on both Purchase Intention and Trust. Trust has a significant effect on Purchase Intention and mediates the effects of Online Customer Reviews and Perceived Value on Purchase Intention.

Keywords: *Online Customer Review, Perceived Value, Trust, Purchase Intention.*

ABSTRAK

Lia Srisuprobowati. 2026. Pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di Platform Shopee (Studi pada Generasi Z di Kota Banjarmasin). Pembimbing: Rusniati; Penguji I: M. Riza Firdaus; Penguji 2: Nuril Huda

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Online Customer Review*, *Perceived Value*, dan *Trust* terhadap *Purchase Intention*, serta menguji peran *Trust* dalam memediasi pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention* pada produk Oh My Glam (OMG) Coverlast Liquid Foundation di platform Shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden Generasi Z pengguna Shopee di Kota Banjarmasin yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, tetapi berpengaruh signifikan terhadap *Trust*. *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* dan *Trust*. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* serta mampu memediasi pengaruh *Online Customer Review* dan *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Perceived Value, Trust, Purchase Intention.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
BERITA ACARA HASIL UJIAN SKRIPSI	vi
SERTIFIKAT PLAGIASI	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN/ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.2 <i>Purchase Intention</i>	17
2.3 <i>Online Customer Review</i>	19
2.4 <i>Perceived Value</i>	21
2.5 <i>Trust</i>	22
2.6 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	24
2.7 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	25

2.8	Peran Mediasi <i>Trust</i>	26
2.9	Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III		33
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN		33
3.1	Kerangka Konseptual	33
3.2	Hipotesis Penelitian.....	35
BAB IV		42
METODE PENELITIAN		42
4.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	42
4.2	Jenis Penelitian.....	42
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian.....	42
4.4	Unit Analisis.....	43
4.5	Populasi dan Sampel	43
4.5.1	Populasi.....	43
4.5.2	Sampel.....	43
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	45
4.7	Teknik Pengumpulan Data	48
4.8	Teknik Analisis Data	49
BAB V		55
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS		55
5.1	Gambaran Umum	55
5.2	Hasil dan Analisis.....	57
5.2.1	Karakteristik Responden	57
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	60
5.2.3	Analisis Data	69
5.2.4	Uji Hipotesis (<i>Bootsrapping</i>)	79
5.3	Pembahasan Hasil Penelitian	82
5.3.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	82
5.3.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Trust</i>	84
5.3.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	85
5.3.4	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Trust</i>	87
5.3.5	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	89

5.3.6	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i> sebagai Variabel Mediasi	91
5.3.7	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i> sebagai Variabel Mediasi	94
5.4	Implikasi Hasil Penelitian	97
5.4.1	Implikasi Teoritis.....	97
5.4.2	Implikasi Praktis	99
5.5	Rekomendasi Penelitian	101
BAB VI		102
PENUTUP		102
6.1	Kesimpulan	102
6.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN		112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Platform <i>E-commerce</i> Paling Sering Diakses di Indonesia	1
Tabel 1. 2 10 Merek Produk Foundation dengan Pangsa Pasar Terbesar	6
Tabel 1. 3 Jumlah Terjual/Bulan Berbagai Produk Foundation Paragon	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan	59
Tabel 5. 6 Three-Box Methods	61
Tabel 5. 7 Frekuensi Jawaban Responden pada variabel <i>Online Customer Review</i> (X1)	62
Tabel 5. 8 Frekuensi Jawaban Responden pada variabel <i>Perceived Value</i> (X2) ...	64
Tabel 5. 9 Frekuensi Jawaban Responden pada variabel <i>Trust</i>	66
Tabel 5. 10 Frekuensi Jawaban Responden pada variabel <i>Purchase Intention</i> (Y)	68
Tabel 5. 11 Hasil Output Loading Factor Indicator	71
Tabel 5. 12 Average Variance Extracted (AVE)	72
Tabel 5. 13 Nilai Cross Loading	73
Tabel 5. 14 Kriteria Fornell-Larcker	74
Tabel 5. 15 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	75
Tabel 5. 16 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	76
Tabel 5. 17 Nilai R-Square (R^2)	77
Tabel 5. 18 Nilai F-Square (f^2)	78
Tabel 5. 19 <i>Path Coefficient</i>	80
Tabel 5. 20 Specific Indirect Effects	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komposisi Generasi Penduduk Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Penjualan FMCG Kecantikan di <i>E-commerce</i> Indonesia Q1 2025	5
Gambar 1. 3 Perbandingan Pangsa Pencarian Foundation OMG dengan Kompetitor di Kalimantan Selatan (12 Bulan Terakhir)	9
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 5. 1 Model SEM-PLS	70
Gambar 5. 2 Hasil Pengukuran <i>Boostrapping</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	119
Lampiran 3 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian	126
Lampiran 4 Model Pengukuran (Outer Model)	130
Lampiran 5 Model Struktural (Inner Model)	133
Lampiran 6 Output Uji Hipotesis	134
Lampiran 7 Grafik Output SEM-PLS	135
Lampiran 8 Peta Pencarian melalui Google Trends	136