

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK AVOSKIN**

(Studi Pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Soco By Sociolla* di Banjarmasin)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

Nadya Amelia

2010414220006

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



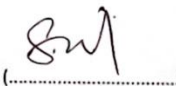
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123

Email : ilmu.komunikasi@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

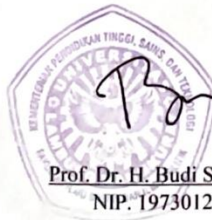
PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PRODUK AVOSKIN

(Studi Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Soco By Sociolla di Banjarmasin)


- A. Nama Mahasiswa : Nadya Amelia
NIM : 2010414220006
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~B~~ ^{A-}) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 24 Oktober 2024.
- C. Tim Penguji:
- Ketua
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP. 19900108201707104001

 - Sekretaris
Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001

 - Anggota
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002


Banjarmasin, 12 Desember 2024
Ketua Pembimbing

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



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


Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP. 19900108201707104001

ABSTRAK

Nadya Amelia, 2010414220006, 2024. Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Avoskin (Studi Pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Soco By Sociolla* di Banjarmasin). Dibimbing oleh Achmad Bayu Chandrabuwono.

Perkembangan teknologi dan penggunaan internet menunjang kegiatan komunikasi pemasaran yang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Komunikasi pemasaran sebagai usaha untuk dapat menyebarkan informasi dan memengaruhi target konsumen. Terkait dengan perkembangan teknologi saat ini, komunikasi pemasaran tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui media *online* yang disebut sebagai *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*. *Online Customer Review* adalah salah satu bentuk dari *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* yang merupakan media atau fitur bagi konsumen untuk melihat ulasan dari konsumen lain terhadap suatu produk. Penggunaan internet juga menunjang maraknya *E-Commerce* yang merupakan sarana masyarakat melakukan transaksi *online*. Sebelum bertransaksi *online*, beberapa *customer* melihat *review* produk terlebih dahulu untuk mengetahui informasi terkait produk yang diminati. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran melalui *Online Customer Review* terhadap minat beli produk avoskin pada aplikasi *E-Commerce SOCO by Sociolla*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang berjumlah 667.489 jiwa. Teknik sampling yang digunakan, yaitu *purposive sampling* dengan jumlah 300 sampel. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan model regresi linear sederhana dengan program SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Online Customer Review (X)* terhadap minat beli (Y). Hal ini didukung dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang menyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Serta berdasarkan hasil nilai *r square* sebesar sebesar 0,165 atau 16,5% yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh *Online Customer Review* terhadap minat beli.

Kata kunci : *Online Customer Review*, Minat Beli, *E-Commerce*

ABSTRACT

Nadya Amelia, 2010414220006, 2024. The Effect of Online Customer Reviews on Purchase Intention Avoskin Products (Study on Users of the Soco By Sociolla E-Commerce Application in Banjarmasin). Mentored by Achmad Bayu Chandrabuwono.

The development of technology and the use of the internet support marketing communication activities which have become daily necessities. Marketing communication as an effort to be able to disseminate information and influence target consumers. Related to current technological developments, marketing communication is not only direct, but also through online media called Electronic Word of Mouth (e-WOM). Online Customer Review is a form of Electronic Word of Mouth (e-WOM) which is a medium or feature for consumers to see reviews from other consumers about a product. The use of the internet also supports the rise of E-Commerce, which is a means for people to make online transactions. Before transacting online, some customers see product reviews first to find out information related to the product of interest. Therefore, the purpose of this study is to determine how much influence marketing communication through Online Customer Review has on purchase intention in avoskin products in the SOCO by Sociolla E-Commerce application.

This research uses a quantitative approach. The population in this study were the people of Banjarmasin City, totaling 667,489 people. The sampling technique used, namely purposive sampling with a total of 300 samples. This study used a questionnaire in the form of a Google Form. The data analysis technique used uses a simple linear regression model with the SPSS 26 program.

The results showed that there was a positive and significant influence of Online Customer Review (X) on purchase intention (Y). This is supported by the results of hypothesis testing obtained a significance value of 0.000 less than 0.05 which states that H_a is accepted and H_0 is rejected. And based on the results of the r square value of 0.165 or 16.5% which proves that there is an influence of Online Customer Review on purchase intention.

Keywords: Online Customer Review, Purchase Intention, E-Commerce

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan prposal skripsi ini. Penyusunan proposal skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk melakukan penelitian skripsi untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana (S1) program studi Ilmu Komunikasi dengan judul “**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI PRODUK AVOSKIN (Studi Pada Pengguna Aplikasi *E-Commerce Soco By Sociolla* di Banjarmasin)**”.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, motivasi, dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Siswanto S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu dan mendukung kegiatan akedemik.

5. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan petunjuk kepada penulis.
6. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan proposal skripsi ini.
7. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan proposal skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
9. Seluruh staff program studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan informasi dan bantuan kepada penulis.
10. Kedua orang tua dan keluarga yang sangat saya sayangi yang telah memberikan dukungan dengan berbagai bentuk, dukungan semangat, kasih sayang, serta doa kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat terdekat saya yang sudah menemani saya dan selalu memberikan bantuan, semangat, dan hiburan.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyajian proposal skripsi ini penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Banjarmasin, 08 Oktober 2024

Nadya Amelia

NIM. 2010414220006

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Penelitian Sejenis	16
2.2. Tinjauan Konseptual.....	22
2.2.1. Komunikasi	22
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.3. Electronic-Word of Mouth.....	29
2.2.4. <i>Online Customer Review</i>	31
2.2.5. <i>E-Commerce</i>	35
2.2.6. Minat Beli	37
2.3. Tinjauan Teori	40
2.3.1. Teori Media Baru (New Media).....	40
2.4. Kerangka Pikir.....	44
2.5. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Pendekatan Penelitian.....	46
3.2. Tipe Penelitian.....	46

3.3.	Objek Penelitian	47
3.4.	Populasi dan Sampel	48
3.4.1.	Populasi	48
3.4.2.	Sampel.....	48
3.5.	Jenis dan Sumber Data	50
3.5.1.	Jenis Data	50
3.5.2.	Sumber Data.....	50
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7.	Teknik Penentuan Skor	52
3.8.	Definisi Operasional Variabel	53
3.9.	Uji Validitas dan Reabilitas.....	59
3.9.1.	Uji Validitas	59
3.9.2.	Uji Reabilitas.....	60
3.10.	Teknik Analisis Data	60
3.10.1.	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.10.2.	Analisis Regresi Sederhana.....	62
3.10.3.	Uji Hipotesis	62
3.11.	Lokasi dan Waktu Penelitian	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1.	Gambaran Umum	65
4.1.1.	Profil Avoskin	65
4.1.2.	Profil SOCO by Sociolla.....	67
4.2.	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1.	Karakteristik Responden	68
4.2.2.	Analisis Statistik Deskriptif	71
4.2.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	81
4.2.4.	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.2.5.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	85
4.2.6.	Uji Hipotesis	87
4.3.	Pembahasan	88
BAB V PENUTUP.....		99

5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Sejenis.....	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	52
Tabel 3. 2 Operasional Konsep Variabel <i>Online Customer Review (X)</i>	56
Tabel 3. 3 Operasional Konsep Variabel Minat Beli (Y).....	58
Tabel 3. 4 Interval Koefisien Determinan (R^2)	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Domisili Responden	70
Tabel 4. 4 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	71
Tabel 4. 5 Skor Jawaban Responden pada <i>Online Customer Review (X)</i>	72
Tabel 4. 6 Skor Jawaban Responden pada Minat Beli (Y)	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas	85
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 1.2 Data Platform Jual Beli	4
Gambar 1.3 Ulasan Pengguna Aplikasi SOCO by Sociolla.....	6
Gambar 1.4 Fitur Aplikasi SOCO by Sociolla.....	7
Gambar 1.5 Contoh <i>Online Customer Review</i>	9
Gambar 1.6 Data Brand Skincare Terlaris di <i>E-Commerce</i>	11
Gambar 4. 1 Logo Avoskin.....	65
Gambar 4. 2 Produk Avoskin.....	66
Gambar 4. 3 Logo SOCO by Sociolla.....	67