

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *RATING*
TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA SHOPEE**

(Studi Kasus : Pengguna Shopee di Kota Padang)

SKRIPSI



OLEH:

FAHRID TAUFIK

1710011211114

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen*

Dosen Pembimbing : Mery Trianita, S.E, M.M

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Fahridd Taufik

Npm : 1710011211114

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Minat Beli *Online* Pada Shopee (Studi Kasus: Pengguna Shopee di Kota Padang)

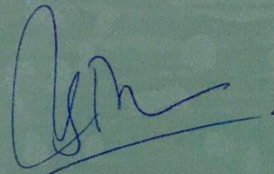
Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Selasa, 26 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Mery Trianita, S.E., M.M



Dr. Emi Febrina Harahap, SE., M.Si

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *RATING* TERHADAP
MINTA BELI *ONLINE* PADA SHOPEE (Studi Kasus : Pengguna Shopee di
Kota Padang)**

Fahridd Taufik¹, Mery Trianita²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : fahridtaufikk@gmail.com, merytrianita@bunghatta.ac.id

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara *online customer review* dan *rating* terhadap minat beli *online* pada pengguna shopee di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *online customer review* berpengaruh positif terhadap minat beli pada pengguna shopee di kota Padang. *Rating* berpengaruh positif terhadap minat beli pada pengguna shopee di kota Padang.

Kata kunci : *Online Customer Review, Rating, Minat Beli.*

Abstract.

This study aims to examine the effect of online customer reviews and ratings on online buying interest in shopee users in the city of Padang. The population in this study were shopee users in the city of Padang. With a sample of 60 respondents who were selected using purposive sampling technique. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is quantitative using multiple linear regression analysis. Data processing is done by using the SPSS program. Based on the results of the study, it can be concluded that online customer reviews have a positive effect on buying interest in shopee users in the city of Padang. Rating has a positive effect on buying interest in shopee users in the city of Padang.

Keywords: *Online Customer Reviews, Ratings, Buying Interest.*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Minat Beli.....	9
2.1.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Seseorang Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	10
2.2 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	11
2.3 <i>Rating</i>	12
2.4 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	13
2.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review (OCR)</i> Terhadap Minat Beli <i>Online</i>	13
2.4.2 Pengaruh <i>Rating</i> Terhadap Minat Beli <i>Online</i>	14
2.5 Kerangka Konseptual	15
BAB III.....	16
METODE PENELITIAN	16

3.1	Objek Penelitian	16
3.2	Populasi dan Sampel	16
3.2.1	Populasi	16
3.2.2	Sampel.....	16
3.3	Teknik Pengumpulan Sampel.....	17
3.4	Teknik Pengumpulan Data	17
3.5	Jenis dan Sumber Data	18
3.5.1	Jenis data	18
3.5.2	Sumber Data.....	18
3.6	Definisi Operasional Variabel	18
3.6.1	Variabel Independent (X).....	18
3.6.2	Variabel Dependent (Y).....	20
3.7	Pengukuran Instrumen.....	20
3.8	Uji Instrumen Penelitian.....	21
3.8.1	Uji Validitas	21
3.8.2	Uji Reabilitas.....	22
3.9	Metode Analisis Data	22
3.9.1	Metode Analisis Deskriptif	22
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	23
3.10	Pengujian Hipotesis	24
BAB IV	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1	Deskripsi Responden	26
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Umur	26
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	27
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pendapatan	28
4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	29
4.2.1	Minat Beli (Y).....	30
4.2.2	<i>Online Customer Review</i> (X_1).....	31

4.2.3 <i>Rating</i> (X_2).....	32
4.3 Uji Reliabilitas.....	33
4.4 Analisis Deskriptif.....	33
4.4.1 Minat Beli (Y).....	34
4.4.2 <i>Online Customer Review</i> (X_1).....	35
4.4.3 <i>Rating</i> (X_2).....	36
4.5 Uji Asumsi Klasik	38
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	38
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	39
4.7 Hasil Pengujian Uji T	41
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
4.8.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Pada Pengguna Shopee Di Kota Padang	43
BAB V.....	47
KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	47
5.3 Keterbatasan Penelitian	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna <i>Marketplace</i> Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Data Survey Awal Minat Beli <i>Online</i> di <i>E-Commerce</i> Shopee.....	4
Tabel 1.3 Keluhan Konsumen Yang Berbelanja Online Pada Shopee	6
Tabel 3.1 Kriteria Jawaban Responden.....	23
Tabel 4.1 Profile Responden Berdasarkan Umur.....	26
Tabel 4.2 Profile Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.3 Profile Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Profile Responden Berdasarkan Frekuensi Pendapatan.....	29
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Minat Beli	30
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	31
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Rating</i>	32
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas	33
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli	34
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Online Customer Review</i>	35
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Rating</i>	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov.....	39
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji T.....	42