

**PENGARUH *COSTUMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI
VARIABEL KEPERCAYAAN DI *MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

Bertujuan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh

GALIH RAKA SIWI NUGRAHA

NIM 20190510124



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH *COSTUMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN DI *MARKETPLACE* SHOPEE

Disusun Oleh :

GALIH RAKA SIWI NUGRAHA

NIM. 20190510124

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 23 April 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

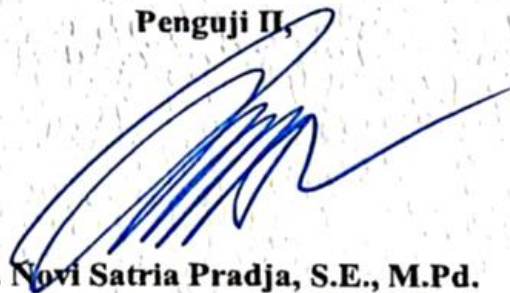
Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



**Dr. Hj. Lili Karmela F., M.Si.
NIK. 41038971054**

Penguji II,



**Dr. Novi Satria Pradja, S.E., M.Pd.
NIK. 41038072262**

Penguji III,



**Wely Hadi Gunawan, M.N.
NIK. 410106910232**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *COSTUMER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN DI *MARKETPLACE* SHOPEE

Oleh
GALIH RAKA SIWI NUGRAHA
20190510124

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen


Disetujui oleh :

Pembimbing I



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Pembimbing II



Wely Hadi Gunawan, M.M.
NIK. 410106910232

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME., Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, nama **GALIH RAKA SIWI NUGRAHA**, Nomor Induk Mahasiswa **20190510124** menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Costumer Review* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Scarlett melalui Variabel Kepercayaan di *Marketplace Shopee***" beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



GALIH RAKA SIWI NUGRAHA
NIM 20190510124

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Setiap kesulitan selalu ada kemudahan, Allah SWT tidak akan membebani seseorang hamba melaikan sesuai dengan kemampuannya. (Q.S. Al-Baqarah : 286)”

PERSEMBAHAN

“Terimakasih kepada Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi. Kupersembahkan skripsi ini untuk orang tua tercinta dan paling berharga dalam hidup”

ABSTRAK

GALIH RAKA SIWI NUGRAHA. 20190510124. Pengaruh *Costumer Review* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Scarlett melalui Variabel Kepercayaan di *Marketplace* Shopee. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Pembimbing: Wachjuni, S.E., M.M., dan Wely Hadi Gunawan, M.M. 2023.

Minat beli konsumen terhadap Scarlett di Shopee kalah bersaing dari produk Somethinc dan Bening's dan apabila minat beli ini tidak segera diatasi akan berdampak pada volume penjualan produk Scarlett itu sendiri.. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *costumer review* dan kualitas produk terhadap minat beli melalui variabel kepercayaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif dan deskriptif. Pengambilan sampel dalam mengisi kuesioner adalah sebesar 100 responden dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket dengan skala interval (1-10). Analisis data terdiri dari uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi), serta analisis jalur dengan dibantu aplikasi SPSS dan Sobel Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Costumer review* berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee, (2) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee, (3) *Costumer review* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee, (4) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee, (5) Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett di Marketplace Shopee, (6) *Costumer review* berpengaruh terhadap minat beli produk Scarlett melalui variabel kepercayaan di Marketplace Shopee, dan (7) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk Scarlett melalui variabel kepercayaan di Marketplace Shopee.

Kata Kunci : *costumer review*, kualitas produk, minat beli

ABSTRACT

GALIH RAKA SIWI NUGRAHA. 20190510124. The Effect of Customer Reviews and Product Quality on Interest in Buying Scarlett Products through the Trust Variable in the Shopee Marketplace. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Supervisors: Wachjuni, S.E., M.M., and Wely Hadi Gunawan, M.M. 2023.

Consumer buying interest in Scarlett at Shopee was unable to compete with Something's and Bening's products and if this buying interest was not addressed immediately it will have an impact on the sales volume of the Scarlett product itself. The purpose of this study was to determine the effect of customer reviews and product quality on purchase intention through variables trust. The method used in this research was a verification and descriptive method. Sampling in filling out the questionnaire amounted to 100 respondents with accidental sampling technique. Data collection uses a questionnaire with an interval scale (1-10). Data analysis consisted of instrument tests (validity and reliability tests), descriptive analysis, classic assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test), as well as path analysis with the help of SPSS and Sobel Test applications. The results showed that: (1) Customer reviews had a positive impact on consumer trust in Scarlett products on the Shopee Marketplace. (2) Product quality had a positive impact on consumer trust in Scarlett products on the Shopee Marketplace. (3) Customer reviews had a positive impact on consumer purchase intent for Scarlett products on the Shopee Marketplace. (4) Product quality had a positive impact on consumer purchase intent for Scarlett products on the Shopee Marketplace. (5) Trust had a positive impact on consumer purchase intent for Scarlett products on the Shopee Marketplace. (6) Customer reviews influenced consumer purchase intent for Scarlett products through the trust variable on the Shopee Marketplace., and (7) Product quality influenced consumer purchase intent for Scarlett products through the trust variable on the Shopee Marketplace.

Keywords: *customer review, product quality, purchase intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Costumer Review* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Scarlett melalui Variabel Kepercayaan di *Marketplace Shopee*”.**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Semoga skripsi ini memenuhi syarat untuk melakukan penyusunan Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kuningan.

Kuningan, Juli 2023

Galih Raka Siwi Nugraha
NIM. 20190510124

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobilalamiin, puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Rabbi karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Costumer Review* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Scarlett melalui Variabel Kepercayaan di *Marketplace* Shopee**”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Untuk Orang tua tercinta dan keluarga, karena motivasi dan kritiknya membuatku semakin semangat untuk berjuang demi masa depan
2. Wachjuni, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan banyak bantuan dan bimbingan dalam skripsi ini.
3. Wely Hadi Gunawan, M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak bantuan dan bimbingan dalam skripsi ini.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
5. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Dr. Rina Masruroh, SE., ME., Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.
7. Dosen serta seluruh Staf Program Studi Manajemen Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.
8. Semua konsumen produk Scarlett di *Marketplace* Shopee yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mendukung penelitian ini.

Kuningan, Juli 2023

Galih Raka Siwi Nugraha

NIM. 20190510124

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II	17
LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HOPOTESIS	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pemasaran	17

2.1.2	Perilaku Konsumen	18
2.1.3	Minat Beli	20
2.1.3.1	Definisi Minat Beli.....	20
2.1.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	21
2.1.3.3	Tahapan Minat Beli.....	22
2.1.3.4	Dimensi Minat Beli	24
2.1.3.5	Indikator Minat Beli	24
2.1.4	Kepercayaan.....	25
2.1.4.1	Definisi Kepercayaan	25
2.1.4.2	Jenis Kepercayaan.....	26
2.1.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	27
2.1.4.4	Dimensi Kepercayaan	28
2.1.4.5	Indikator Kepercayaan	29
2.1.5	Kualitas Produk.....	30
2.1.5.1	Definisi Kualitas Produk.....	30
2.1.5.2	Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	31
2.1.5.3	Dimensi Kualitas Produk	32
2.1.5.4	Indikator Kualitas Produk	35
2.1.6	Customer Review	36
2.1.6.1	Definisi Customer Review	36
2.1.6.2	Syarat-Syarat Customer Review	37
2.1.6.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Review.....	40
2.1.6.4	Dimensi Customer Review	41
2.1.7.5	Indikator Customer Review	41
2.3	Hubungan antar Variabel Penelitian	42
2.3.1	Hubungan antara Customer Review dengan Kepercayaan	42
2.3.2	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepercayaan	43
2.3.3	Hubungan antara Customer Review dengan Minat Beli.....	44
2.3.4	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	45
2.3.5	Hubungan antara Kepercayaan dengan Minat Beli.....	46

2.4 Penelitian Terdahulu.....	47
2.5 Kerangka Pemikiran.....	51
2.6 Hipotesis.....	52
BAB III.....	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Metode Penelitian.....	53
3.2 Operasional Variabel.....	54
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel.....	56
3.4 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.4.1 Data	58
3.4.2 Sumber Data.....	59
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5 Uji Instrumen	61
3.5.1 Uji Validitas	61
3.5.2 Uji Reliabilitas	63
3.6 Teknik Analisis Data.....	64
3.6.1 Analisis Deskriptif	64
3.7 Uji Persyaratan Analisis Data	66
3.7.1 Uji Normalitas Data	66
3.7.2 Uji Multikolinearitas	66
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67
3.7.4 Uji Autokolerasi	68
3.8 Analisis Jalur (Path Analysis)	68
3.9 Uji Parsial (Uji t).....	70
3.10 Uji Efek Mediasi (Uji Sobel)	72
BAB IV	74

HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
2.1.1 Deskripsi tentang Shopee	74
4.1.2 Deskripsi tentang Produk Scarlett	76
4.1.3 Karakteristik Responden	77
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun)	77
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	79
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	79
4.2.1 Deskripsi Costumer Review (Variabel X_1)	79
4.2.2 Deskripsi Kualitas Produk (Variabel X_2)	81
4.2.3 Deskripsi Kepercayaan (Variabel Z)	84
4.2.4 Deskripsi Minat Beli (Variabel Y)	86
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	88
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas	89
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
4.3.4 Hasil Uji Autokorelasi	90
4.4 Pengujian Hipotesis	91
4.4.1 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	91
4.4.2 Pengujian Hipotesis dengan Sobel Test	95
4.5 Pembahasan	97
4.5.1 Pengaruh Costumer Review terhadap Kepercayaan Konsumen	97
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen	99
4.5.3 Pengaruh Costumer Review terhadap Minat Beli Konsumen	100
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen	101
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen	102
4.5.6 Pengaruh Costumer Review terhadap Minat Beli melalui Variabel Kepercayaan	103
4.5.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Variabel Kepercayaan	105

BAB V.....	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Varian dari Produk Scarlett Whitening	3
Tabel 1. 2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia.....	9
Tabel 1. 3 Research Gap	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	54
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Angket.....	62
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Angket	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun).....	77
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	79
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi	90
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Hipotesis $X1 \square Z$ dan $X2 \square Z$	91
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Hipotesis $X1 \square Y$ dan $X2 \square Y$	92
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Hipotesis 5	94
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian dengan Sobel Test.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Tahun 2022	2
Gambar 1. 2 Hasil Survey Awal Mengenai Pengaruh Costumer Review dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening melalui Variabel Kepercayaan di Marketplace Shopee pada Konsumen	5
Gambar 1. 3 Penjualan Kategori Produk Serum Kecantikan di Shopee Per Juni 2022.....	7
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	51
Gambar 3. 1 Model Variabel.....	69
Gambar 4. 1 Kedudukan Costumer Review (Variabel X1) dalam Kontinum	81
Gambar 4. 2 Kedudukan Kualitas Produk (Variabel X2) dalam Kontinum	83
Gambar 4. 3 Kedudukan Kepercayaan (Variabel Z) dalam Kontinum.....	85
Gambar 4. 4 Kedudukan Minat Beli (Variabel Y) dalam Kontinum.....	88
Gambar 4. 5 Jalur Hubungan/ Pola Pengaruh antara Variabel.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A : Instrumen Angket untuk Penelitian
- Lampiran B : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket
- Lampiran C : Karakteristik Responden
- Lampiran D : Hasil Penelitian dan Deskripsi Data
- Lampiran E : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran F : Pengujian Hipotesis dan Analisis Jalur
- Lampiran G : Daftar Tabel