

PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN PADA TOKO ONLINE SCARLETT DI APLIKASI SHOPEE

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



Oleh

**FAUZIAH
NIM. 20200510086**

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN PADA TOKO ONLINE SCARLETT DI APLIKASI SHOPEE

Oleh
FAUZIAH
NIM. 20200510086

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 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,



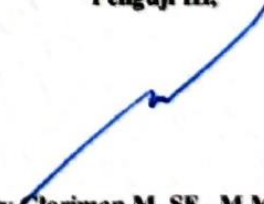
Prof. Dr. H. Disman, MS.
NIP. 195902091084121001

Penguji II,



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

Penguji III,



Vigory Gloriman M, SE., M.M., Dr. M.
NIK. 410108920219

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN
PADA TOKO ONLINE SCARLETT DI APLIKASI SHOPEE**

Oleh :
FAUZIAH
NIM. 20200510086

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

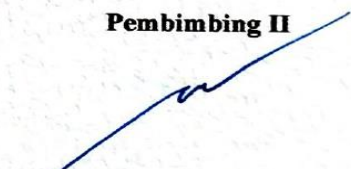
Disetujui oleh :

Pembimbing I



Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 196205081987031003


Pembimbing II



Vigory Gloriman Manalu, SE., M.M., Dr. M.
NIK. 410108920219


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tak Perlu Khawatir Akan Bagaimana Alur Cerita Pada Jalan Ini, Perankan Saja,
Tuhan Adalah Sebaik-baiknya Sutradara”

PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa syukur, skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta yang telah menjadi pilar kekuatanku. Untuk cinta, doa, dan pengorbanan yang tiada henti sepanjang perjalanan hidupku. Ayah dan Ibu, terima kasih karena selalu memberikan dukungan yang tak ternilai dan menjadi teladan dalam kerja keras serta keteguhan hati. Keberhasilan ini adalah buah dari kasih sayang dan bimbingan kalian.

Kakakku tersayang yang selalu memberiku semangat, nasihat, dan dukungan dalam setiap langkahku. Terima kasih atas semua kebersamaan, canda tawa, dan dorongan yang selalu ada di saat-saat sulit.

Teman-temanku yang telah memberikan warna di setiap hariku. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan dukungan kalian selama proses ini. Untuk setiap cerita, diskusi, dan motivasi, kalian adalah bagian tak terpisahkan dari perjalananku.

Semoga kita selalu meraih kesuksesan bersama.

Skripsi ini adalah wujud dari doa, harapan, dan kerja keras kita semua.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, nama **FAUZIAH**, Nomor Induk Mahasiswa **20200510086** menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN PADA TOKO ONLINE SCARLETT DI APLIKASI 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, Maret 2024
Yang membuat pernyataan,



FAUZIAH
NIM. 20200510086

ABSTRAK

FAUZIAH (20200510086). Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Scarlett melalui Variabel Kepercayaan pada Toko Online Scarlett di Aplikasi Shopee. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. 2024.

Fenomena masalah dalam penelitian ditandai Scarlett Whitening berada pada urutan ketiga di Shopee kalah bersaing dengan Somethinc dan Skintific. Somethinc berhasil menduduki posisi pertama dalam penjualan produk kategori serum wajah secara keseluruhan di tahun 2023. Diurutan kedua penjualan yaitu Somethinc ini berhasil menempati peringkat kedua untuk kategori produk Serum Wajah di Shopee pada tahun 2023. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *online costumer review* dan *brand image* terhadap minat beli produk scarlett melalui variabel kepercayaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil dengan teknik *accidental sampling*, peneliti akan mengambil sampel sebanyak 95 responden dari pengguna aplikasi Shopee yang berminat membeli produk Scarlett di Kabupaten Kuningan. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan angket dengan skala Interval 1-10. Analisis terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi kalasik (uji normalitas dan uji multikolinearitas), analisis jalur dan pengujian hipotesis serta dibantu dengan aplikasi SPSS dan Sobel test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Online costumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, (2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, (3) *Online costumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (4) *Brand image* positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, (5) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (6) *Online costumer review* berpengaruh minat beli melalui variabel kepercayaan konsumen, dan (7) *Brand image* berpengaruh minat beli melalui variabel kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : *online costumer review, brand image, kepercayaan, minat beli*

ABSTRACT

FAUZIAH (20200510086). The Influence of Online Customer Reviews and Brand Image on Purchasing Intentions for Scarlett Products through Trust Variables on the Scarlett Online Store on the Shopee Application. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan. 2024.

The problem phenomenon in the research was characterized by Scarlett Whitening being ranked third on Shopee, losing out to Somethinc and Skintific. Somethinc successfully secured the first position in overall facial serum product sales in 2023. In the second position of sales, Somethinc also managed to rank second for facial serum product category on Shopee in 2023. The purpose of this study was to determine the influence of online customer reviews and brand image on the purchase intention of Scarlett products through trust variables. The method used in this research was a survey. The type of research that will be used is descriptive and verificative with a quantitative approach. The sample was taken using accidental sampling technique; the researcher will take a sample of 95 respondents from Shopee application users interested in purchasing Scarlett products in Kuningan Regency. Data collection techniques used documentation and questionnaires with a 1-10 Interval scale. The analysis consisted of descriptive analysis, classic assumption tests (normality test and multicollinearity test), path analysis, hypothesis testing, and assisted with SPSS and Sobel test applications. The results of the study indicate that: (1) Online customer reviews had a positive and significant effect on consumer trust, (2) Brand image had a positive and significant effect on consumer trust, (3) Online customer reviews had a positive and significant effect on consumers' purchase intention, (4) Brand image had a positive and significant effect on consumers' purchase intention, (5) Trust had a positive and significant effect on consumers' purchase intention, (6) Online customer reviews affected purchase intention through the variable of consumer trust, (7) Brand image affected purchase intention through the variable of consumer trust..

Keywords : *online customer reviews, brand image, trust, 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 *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT MELALUI VARIABEL KEPERCAYAAN PADA TOKO ONLINE SCARLETT DI APLIKASI 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 2024

FAUZIAH
NIM. 20200510086

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat-Nya penyusunan skripsi ini telah selesai. Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari semua pihak. Terimakasih yang sebesar-besarnya tak lupa penulis sampaikan kepada:

1. Dr. H. Iskandar, MM., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Vigory Gloriman Manalu, SE., M.M., Dr.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar, yang selalu mendukung dan memberikan doa serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman Kelas yang telah mengisi dunia perkuliahan saya serta seluruh sahabat dan teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah tulus membantu dan memberikan dukungan.

Terimakasih karena telah menemani sampai akhir penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Kuningan, Juli 2024

FAUZIAH
NIM. 20200510086

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN	
DAN HOPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Minat Beli	13
2.1.4 Kepercayaan.....	17
2.1.5 <i>Online Costumer Review</i>	20
2.1.6 <i>Brand Image</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian	33

2.4	Kerangka Pemikiran.....	37
2.5	Hipotesis	38
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Metode Penelitian	40
3.2	Operasional Variabel	40
3.3	Populasi dan Sampel.....	42
3.4	Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Uji Instrumen	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Deskripsi tentang Produk Scarlett dan Aplikasi Shopee.....	56
4.1.2	Karakteristik Responden	59
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian	62
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.1.5	Pengujian Hipotesis	72
4.2	Pembahasan	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran	91
	DAFTAR PUSTAKA	92
	LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

1.1	Hasil Pra Survey Mengenai Minat Beli Produk Scarlett di Shopee pada Konsumen di Kabupaten Kuningan.....	2
1.2	Penjualan Kategori Produk Serum Kecantikan di Shopee Tahun 2023	3
1.3	Data Penjualan Produk Skincare di Marketplace Shopee Tahun 2024	4
2.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.1	Skala pengukuran yang berbentuk <i>Agree-Disagree Scale</i>	45
3.2	Model Persamaan Analisis Jalur	52
4.1	Kedudukan <i>Online Costumer Review</i> (Variabel X_1) dalam Kontinum.....	64
4.2	Kedudukan <i>Brand Image</i> (Variabel X_2) dalam Kontinum.....	66
4.3	Kedudukan Kepercayaan (Variabel Z) dalam Kontinum.....	68
4.4	Kedudukan Minat Beli (Variabel Y) dalam Kontinum.....	70
4.5	Jalur Hubungan/ Pola Pengaruh antara Variabel	77

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasional Variabel	41
3.2	Hasil Uji Validitas Angket.....	47
3.3	Hasil Uji Reliabilitas Angket	48
4.1	Varian dari Produk Scarlett Whitening	57
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan yang Memfollow Account Scarlett di Shopee	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun).....	60
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
4.6	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.7	Hasil Uji Normalitas	71
4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	71
4.9	Hasil Pengujian Hipotesis 1 dan Hipotesis 2	72
4.10	Hasil Pengujian Hipotesis 3 dan Hipotesis 4	73
4.11	Hasil Pengujian Hipotesis 5	74
4.12	Hasil Pengujian Hipotesis 6 dan Hipotesis 7	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pra Survey	95
Lampiran 2 Instrumen Angket Untuk Penelitian	97
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	106
Lampiran 4 Deskripsi Identitas Responden	125
Lampiran 5 Hasil Penelitian dan Deskripsi Data	131
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	148
Lampiran 7 Pengujian Hipotesis dan Analisis Jalur	151
Lampiran 8 Daftar Tabel.....	157