

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh: MILANA AGUSTIN DWI LISTIA  
19.1041.1004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh: MILANA AGUSTIN DWI LISTIA  
19.1041.1004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Milana Agustin Dwi Listia


NIM : 1910411004

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Customer Trust Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Pada E-Commerce Tokopedia* adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Juli 2024

kan,  
  
Milana Agustin Dwi Listia  
NIM. 19.1041.1004

**SKRIPSI**

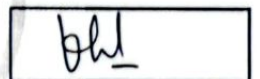
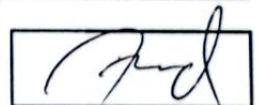
**ANALISIS PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

Oleh: MILANA AGUSTIN DWI LISTIA  
NIM 19.1041.1004

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin SE, MM

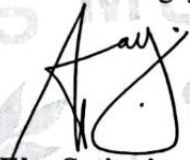
A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, likely belonging to Feti Fatimah SE, MM.A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, likely belonging to Ahmad Izzuddin SE, MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Customer Trust* Terhadap *Purchase Intention* Produk *Fashion* Pada *E-Commerce* Tokopedia, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Milana Agustin Dwi Listia  
NIM : 1910411004  
Hari : Sabtu  
Tanggal : 13 Juli 2024  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



**Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.**

NPK. 19791208115003633

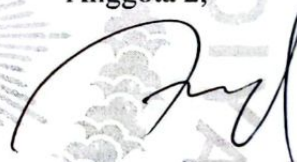
Anggota 1,



**Feti Fatimah, SE., MM.**

NPK. 1979052510709622

Anggota 2,



**Ahmad Izzuddin, SE., MM.**

NPK. 1990100711605780

Mengesahkan

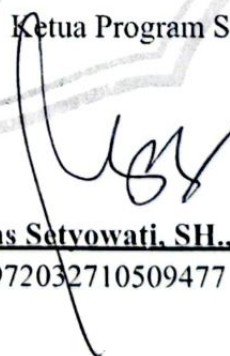
Dekan,



**Maheni Ika Sari, SE., MM.**

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



**Dr. Trias Setvowati, SH., SE., MM.**

NPK. 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada Ayah saya Saeri Efana, Ibu saya Sri Dayati yang telah setia menemani, membimbing, memahami, mendukung, menasehati, dan mendoakan saya setiap waktu.
3. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Ibu Feti Fatimah SE., MM dan Bapak Ahmad Izzuddin SE., MM beserta Dosen Penguji Ibu Wahyu Eko Setianingsih Se., MM yang telah membantu mendampingi, membimbing dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi.
4. Terima kasih kepada civitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, staf pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terima kasih kepada pihak Kepala Desa Gambirone beserta Perangkat Desa atau rekan kerja saya yang telah memberikan izin dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi.
6. Terima kasih kepada sahabat saya Khusnul Hotimatus Agustina yang telah menemani, mendukung dan memotivasi saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan tahun 2019.

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*  
(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

*”Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”*  
(Q.S Al- Insyirah, 94:5-6)



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Customer Trust Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Pada E-Commerce Tokopedia*.

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM selaku dosen penguji utama
5. Ibu Feti Fatimah, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan
6. Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam segala hal.
9. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 13 Juli 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>1</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	7
2.1.3 <i>E-Commerce</i> .....	9
2.1.4 <i>Online Customers Review</i> .....	10
2.1.5 <i>Online Customers Rating</i> .....	11
2.1.6 <i>Customer Trust</i> .....	12
2.1.7 <i>Purchase Intention</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Konseptual .....	23
2.4 Hipotesis .....	24
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>

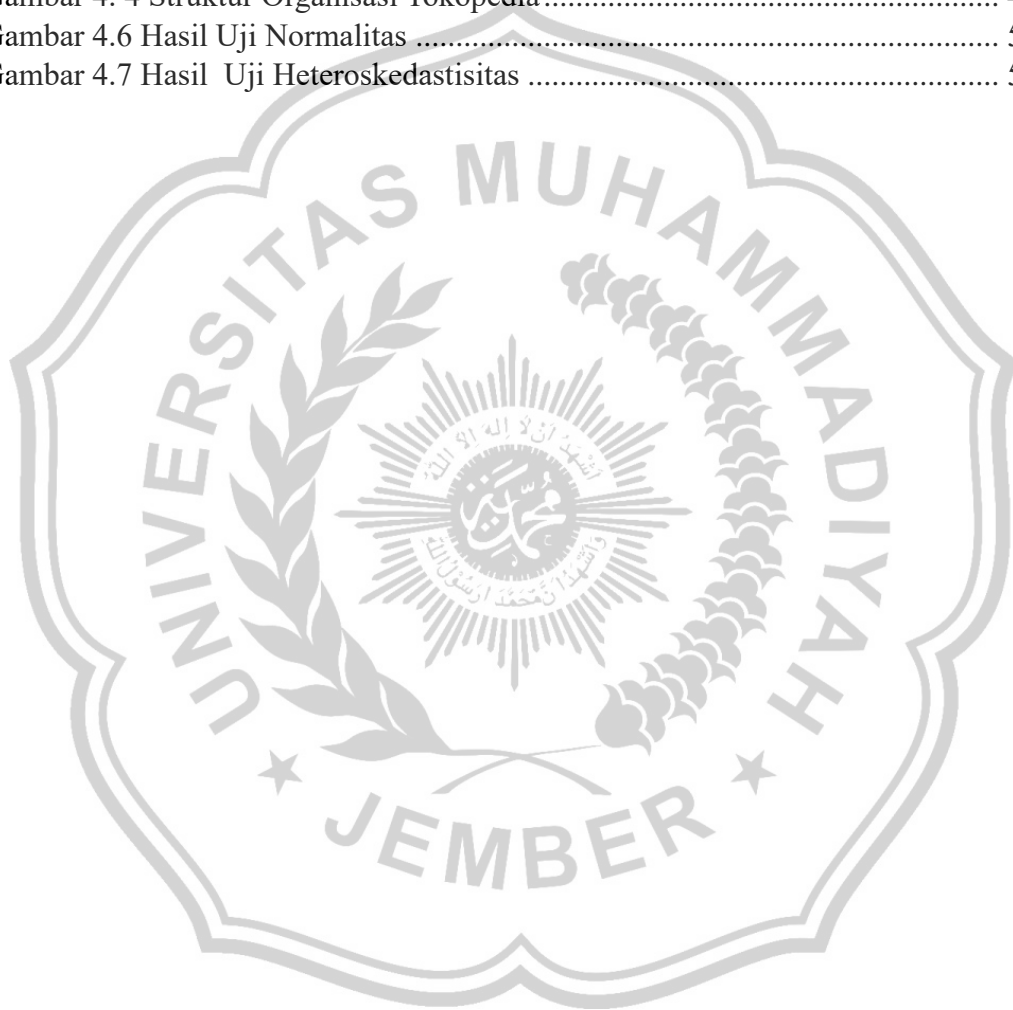
3.1 Identifikasi Varibel .....	27
3.1.1 Variabel Independen .....	27
3.1.2 Variabel Dependen .....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3 Desain Penelitian .....	29
3.3.1 Jenis Data .....	30
3.3.2 Data Primer .....	30
3.3.3 Data Sekunder.....	30
3.4 Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel .....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1 Uji Instrumen Data .....	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.3 Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB. IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2.1 Deskripsi Statistik Responden .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2.2 Uji Instrumen .....</b>	<b>53</b>
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
4.3.1 Uji Normalitas Data.....	55
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
<b>4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>57</b>
4.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 4. 1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 <i>Online Customer Review</i> X1.1 .....	42
Tabel 4. 4 <i>Online Customer Review</i> X1.2 .....	43
Tabel 4. 5 <i>Online Customer Review</i> X1.3 .....	43
Tabel 4. 6 <i>Online Customer Review</i> X1.4 .....	44
Tabel 4.7 <i>Online Customer Review</i> X1.5 .....	44
Tabel 4. 8 <i>Online Customer Review</i> X1.6.....	45
Tabel 4. 9 <i>Online Customer Review</i> X1.7 .....	45
Tabel 4. 10 <i>Online Customer Review</i> X1.8 .....	46
Tabel 4. 11 <i>Online Customer Review</i> X1.9 .....	47
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	47
Tabel 4. 13 <i>Online Customer Rating</i> X2.1 .....	48
Tabel 4. 14 <i>Online Customer Rating</i> X2.2 .....	48
Tabel 4. 15 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Online Customer Rating</i> .....	49
Tabel 4. 16 <i>Customer Trust</i> X3.1 .....	49
Tabel 4. 17 <i>Customer Trust</i> X3.2 .....	50
Tabel 4. 18 <i>Customer Trust</i> X3.3 .....	50
Tabel 4. 19 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Trust</i> .....	51
Tabel 4. 20 <i>Purchase Intention</i> Y.1 .....	51
Tabel 4.21 <i>Purchase Intention</i> Y.2 .....	52
Tabel 4.22 <i>Purchase Intention</i> Y.3 .....	52
Tabel 4.23 <i>Purchase Intention</i> Y.4 .....	53
Tabel 4.24 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	53
Tabel 4.25 Data Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel 4.26 Data Hasil Uji Reabilitas.....	55
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolineritas .....	56
Tabel 4.28 Hasil Uji T .....	59
Tabel 4. 29 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Penggunaan Internet 2023 .....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia (Jan-Des 2021) .....	4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia (Jan-Des 2023) .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia.....	38
Gambar 4. 2 Maskot Tokopedia .....	38
Gambar 4. 3 Contoh Tampilan Ulasan dan <i>Rating</i> Produk <i>Fashion</i> di Tokopedia	40
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Tokopedia .....	40
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	56
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	76
Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan .....	81
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner .....	82
Lampiran 4 Tabel r untuk $df = (N-2)$ .....	88
Lampiran 5 Tabel t .....	89
Lampiran 6 Tabel Frekuensi.....	90
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	103
Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas.....	106
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	108
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	112

