

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, E-SERVICE QUALITY,*
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA
OFFICIAL STORE HELOOBANG DI SHOPEE**



SKRIPSI

Diajukan oleh

Muhammad Afrizal Al-Mayda
No. Mhs. 112001566

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, E-SERVICE QUALITY,*
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA
*OFFICIAL STORE HELOOBANG DI SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan oleh

Muhammad Afrizal Al-Mayda

No. Mhs. 112001566

Yogyakarta, 18 Juni 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, E-SERVICE QUALITY,*
***SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA**
OFFICIAL STORE HELOOBANG DI SHOPEE

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Tanggal: 5 Juli 2024

Yang terdiri atas:

Ketua



Sri Rejeki Ekasasi Dra. M.B.A.

Anggota



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review, E-Service Quality, Social Media Marketing* terhadap Minat Beli Produk pada *official store* Heloobang di Shopee” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 18 Juni 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat dari penulis lain, yang seolah olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 18 Juni 2024



Yang memberi pernyataan

Muhammad Afrizal Al Mayda

Saksi 1, sebagai Dosen Pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:

Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc

Saksi 2, sebagai ketua Dosen Penguji skripsi:

Sri Rejeki Ekasasi Dra., M.B.A.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan serta selalu memberikan do'a, dan motivasi sehingga penulis bisa sampai pada titik ini.

Kepada diri sendiri yang selalu memiliki semangat dan berkonsisten untuk terus bekerja keras dan pantang menyerah dalam mengerjakan skripsi ini sehingga bisa pada titik penghujung ini.

Kepada orang-orang terdekat saya Farras, Deni, Dafi, Royan, Alfa, Anggi Irfan, Agil serta teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan semuanya satu per satu.

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

QS. Al Insyirah : 6 – 7

“Hidup bukan untuk saling mendahului, temukan makna hidupmu sendiri”

Bagaskara aka Hindia

“Kesempatan tidak datang dua kali, tapi kesempatan bisa dicapai bagi yang mau mencoba kembali”

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Online Customer Review, E-Service Quality, Social Media Marketing* terhadap Minat Beli Produk pada *official store* Heloobang di Shopee”, guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan baik dalam bentuk motivasi maupun materil dari berbagai pihak.

Dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Suparmono, M.Si sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
2. Ibu Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya kepada penulis untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Kepada Ibu Sri Rejeki Ekasasi Dra., M.B.A sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam ujian skripsi ini.
4. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan serta motivasi yang membuat peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.

5. kepada seluruh teman-teman STIM YKPN dan pihak lain yang telah membantu peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya.

Peneliti memohon maaf atas kekurangan dan batasan yang mungkin ada dalam dalam pembuatan laporan ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Meskipun demikian, peneliti berharap agar skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 18 Juni 2024

Penulis

Muhammad Afrizal Al Mayda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online customer review*, *e-service quality*, *social media marketing* terhadap minat beli produk pada *official store* Helloobang di Shopee. Populasi pada penelitian ini yaitu para kalangan remaja hingga dewasa yang pernah membeli produk Vans melalui *Official Store* Helloobang di Shopee dengan teknik *non probability sampling*. Jumlah responden yang didapat pada penelitian ini sejumlah 85 responden. Pengumpulan data dari responden dilakukan menggunakan cara penyebaran kuesioner. Uji instrument, uji asumsi dasar, uji asumsi klasik dilakukan dan semuanya sesuai dengan kriteria. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Pengaruh online customer review, e-service quality dan social media marketing terhadap minat beli ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R²* sebesar 86,8% dan sisanya 13,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci: *online customer review*, *e-service quality*, *social media marketing*, minat beli

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | ix |
| Daftar Tabel..... | 3 |
| Daftar gambar..... | 4 |
| Daftar Lampiran | 5 |
| BAB I | 6 |
| PENDAHULUAN | 6 |
| A. Latar Belakang..... | 6 |
| B. Rumusan Masalah..... | 13 |
| C. Batasan Masalah | 13 |
| D. Tujuan Penelitian | 13 |
| E. Manfaat Penelitian | 14 |
| BAB II..... | 16 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 16 |
| A. Landasan Teori..... | 16 |
| B. Penelitian Terdahulu | 25 |
| C. Perumusan Hipotesis | 28 |
| D. Kerangka Penelitian..... | 32 |
| BAB III | 33 |
| METODE PENELITIAN | 33 |
| A. Definisi Konsep | 33 |
| B. Definisi Operasional | 34 |
| C. Jenis Penelitian | 36 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 36 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 37 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 38 |
| G. Metode Analisis Data..... | 39 |

| | |
|---|----|
| BAB IV | 45 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan..... | 45 |
| B. Analisis Data | 48 |
| 1. Karakteristik Responden | 48 |
| 2. Uji Instrumen..... | 50 |
| 3. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)..... | 54 |
| 4. Uji Asumsi Klasik | 55 |
| 5. Uji F (Goodness of Fit) | 57 |
| 6. Uji Hipotesis..... | 58 |
| 7. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)..... | 61 |
| C. Pembahasan..... | 62 |
| BAB V..... | 67 |
| A. KESIMPULAN | 67 |
| B. SARAN | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN..... | 77 |