



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR)*, *CELEBRITY ENDORSE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KABUPATEN PATI)**

Oleh:

HERDIAN INTAN SAPUTRI

201811320

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR)*, *CELEBRITY ENDORSE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KABUPATEN PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh:

HERDIAN INTAN SAPUTRI

201811320

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* (OCR), *CELEBRITY ENDORSE*, DAN
E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT
BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KABUPATEN
PATI)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus, 2022

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Faridhatun Faidah, SE., M.M.

NIDN. 0601099201

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN. 0628048702

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR)*, *CELEBRITY ENDORSE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KABUPATEN PATI)

Nama : Herdian Intan Saputri
NIM : 201811320
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus, 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN. 0628048702

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.)

NIDN. 0618066201

Mengetahui

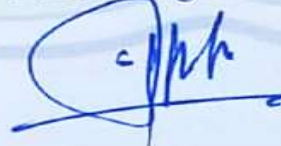
Dekan



(Dr. Kartati Sumekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, SE., M.M.)

NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Tanpa pengetahuan, tindakan tidak berguna dan pengetahuan tanpa tindakan adalah sia-sia”

(abu bakar)

“(5) Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, (6) sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. (7) Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), (8) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(al-Qur'an Surat al-Insyirah: 5-8)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni.)

Persembahan:

Skripsi ini dipersembahkan untuk bapak,ibu,kakak, adik,dan sahabat-sahabat saya. Terimakasih atas do'a yang telah diberikan. Semoga Allah senantiasa menjaga dan melindungi kita.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review (OCR)*, *Celebrity Endorse*, Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kabupaten Pati)” disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran – saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih atas bantuan teknis dan dorongan psikis dari berbagai pihak yang telah membantu selama penelitian ini:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah dan kuasa-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
2. Rektor Universitas Muria Kudus (UMK) Prof. Dr. Ir. Darsono yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M. yang telah mengarahkan penulis dalam mengikuti perkuliahan;

4. Ketua Program Studi Manajemen Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. yang telah mengarahkan penulis dalam mengikuti perkuliahan serta membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan;
5. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M. selaku Pembimbing I dan Faridhatun Faidah, SE., M.M. selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan serta penyelesaian skripsi;
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen dan dosen lain yang telah memberikan pengajaran dan pendidikan pada penulis selama perkuliahan;
7. Seluruh responden yang meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner; serta
8. Bapak dan ibu saya yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan tiada henti dalam penyusunan skripsi.
9. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan dukungan setiap saat.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih dapat memberikan manfaat untuk pembaca serta menjadi bahan bagi kajian selanjutnya.

Kudus, 2023

Penulis

Herdian Intan Saputri
NIM :201811320

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* (OCR), CELEBRITY
ENDORSE, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI
KABUPATEN PATI)**

Herdian Intan Saputri
201811320

Pembimbing 1: Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.
2: Faridhatun Faidah, SE., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *Online Customer Review* (OCR), *celebrity endorse*, dan *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli konsumen sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan ialah deskriptif–kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 165 orang yang berusia minimal 17 tahun, memiliki aplikasi Tokopedia, serta berdomisili di Kabupaten Pati. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini ialah: ada pengaruh positif dan signifikan *Online Customer Review* (OCR) dan *E-Service Quality* terhadap minat beli; *Online Customer Review* (OCR); *Online Customer Review* (OCR) dan minat beli terhadap keputusan pembelian, serta *Online Customer Review* (OCR), *celebrity endorse*, dan *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli di aplikasi Tokopedia sebagai variabel *intervening*.

Kata-kata Kunci: *celebrity endorse*; *E-Service Quality*; keputusan pembelian; minat beli konsumen; *Online Customer Review*;

***THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW (OCR), CELEBRITY
ENDORSE, AND E-SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS
WITH CONSUMER BUYING INTEREST AS AN INTERVENING
VARIABLE
(CASE STUDY ON TOKOPEDIA APPLICATION USERS IN PATI
REGENCY)***

Herdian Intan Saputri
201811320

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Pembimbing 1: Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.
2: Faridhatun Faidah, SE., M.M.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Online Customer Review (OCR), celebrity endorsements, and E-Service Quality on purchasing decisions with consumer buying interest as an intervening variable. The method used is descriptive–quantitative. The sample used was 165 people who were at least 17 years old, had the Tokopedia application, and were domiciled in Pati Regency. The data obtained were analyzed using the Structural Equation Model (SEM). The results of this study are: there is a positive and significant effect of Online Customer Review (OCR) and E-Service Quality on purchase intention; Online Customer Reviews (OCR); Online Customer Review (OCR) and purchase intention on purchase decisions, as well as Online Customer Review (OCR), celebrity endorsements, and E-Service Quality on purchase decisions through purchase intention on the Tokopedia application as intervening variables.

Keywords: *celebrity endorse; E-Service Quality; buying decision; consumer buying interest; Online Customer Review;*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Ruang Lingkup.....	12
1.3.Rumusan Masalah	12
1.4.Tujuan Penelitian	14
1.5.Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.3 Penelitian Terdahulu	39
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Rancangan Penelitian.....	44
3.2 Variabel Penelitian.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48

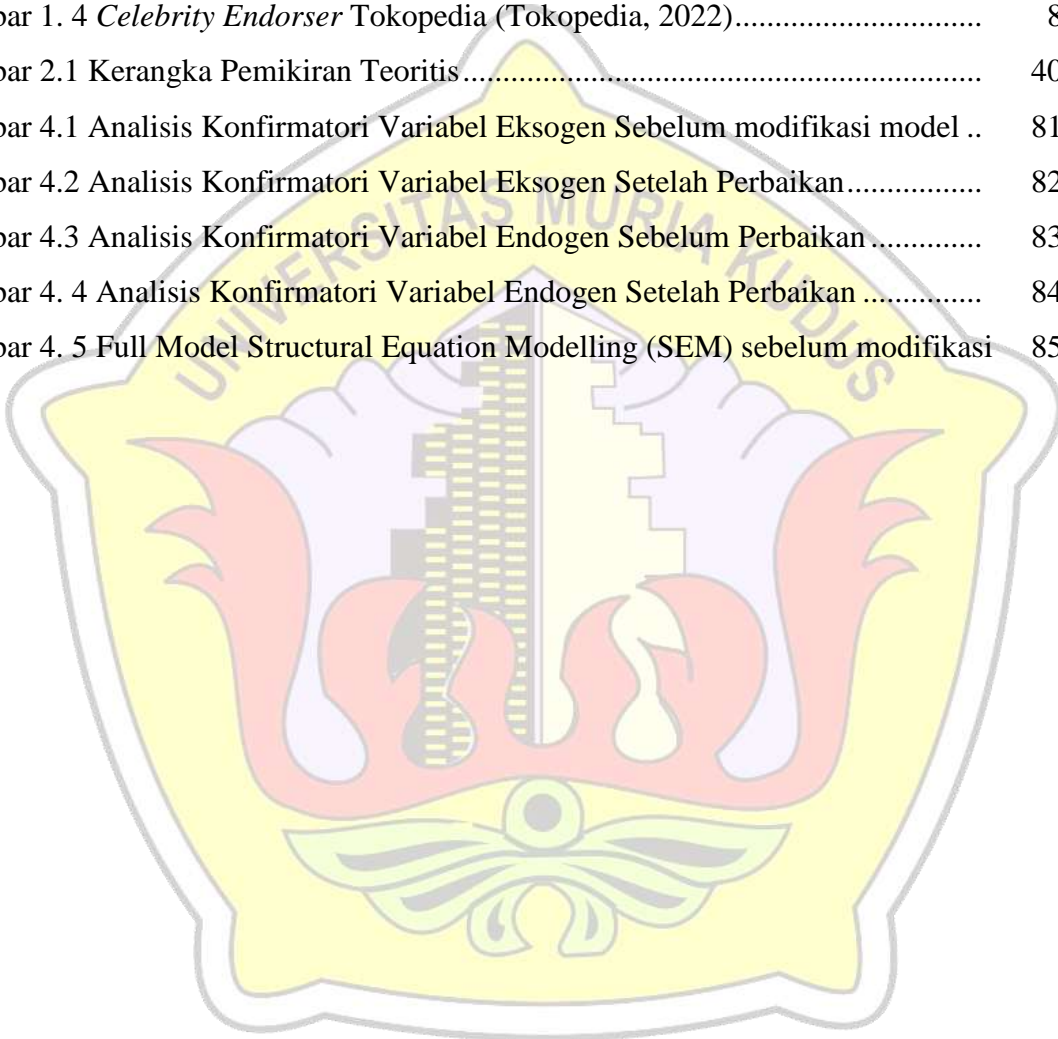
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data	51
3.6 Uji Instrumen Penelitian	52
3.7 Uji Normalitas	54
3.8 Pengelolaan Data	54
3.9 Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.2 Penyajian Data	68
4.3 Uji Instrumen	75
4.4 Uji Normalitas	77
4.5 Analisis Data	81
4.6 Pembahasan	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKAN	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengunjung E-Commerce Kuartal IV 2021.....	3
Tabel 1. 2 Data Pengunjung E-Commerce Kuartal I 2022	4
Tabel 3.1 Skala Likert	50
Tabel 3.2 Uji Goodness of Fit	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i> (OCR).....	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorse</i>	72
Tabel 4. 7 Tanggapan Terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i>	72
Tabel 4. 8 Tanggapan Terhadap Variabel Minat Beli	73
Tabel 4. 9 Tanggapan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 10 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4.11 <i>Construct Reliability</i>	76
Tabel 4. 12 Uji Normalitas Data	77
Tabel 4. 13 Outlier	78
Tabel 4. 14 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	82
Tabel 4. 15 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	84
Tabel 4. 16 Analisis factor konfirmatori konstruk full model Regression Weights	86
Tabel 4. 17 Analisis <i>Direct Effect</i>	90
Tabel 4. 18 Analisis <i>Indirect Effect</i>	91
Tabel 4. 19 Analisis <i>Total Effect</i>	92
Tabel 4. 20 Perbandingan Analisis <i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i>	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna internet di Indonesia Tahun 2018-2022 (KataData, 2022) ..	2
Gambar 1. 2 Data pengunjung web bulanan e-commerce Tokopedia (Kuartal I 2020- Kuartal III 2021) (KataData, 2022)	5
Gambar 1. 3 Followers Instagram E-Commerce (Instagram, 2022)	7
Gambar 1. 4 <i>Celebrity Endorser</i> Tokopedia (Tokopedia, 2022).....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum modifikasi model ..	81
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	82
Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	83
Gambar 4. 4 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan	84
Gambar 4. 5 Full Model Structural Equation Modelling (SEM) sebelum modifikasi	85



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner.....	122
Lampiran 2: Identitas Responden	129
Lampiran 3: Data Tabulasi jawaban responden	145
Lampiran 4: Hasil Output AMOS 24.....	149
Uji validitas dan uji reabilitas.....	149
Lampiran 5: Pengolahan SEM AMOS.....	153

