



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
ONLINE CUSTOMER RATING DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PRODUK SCARLETT DI SHOPEE**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

DIKA AYU SABELLA

202011078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
ONLINE CUSTOMER RATING DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PRODUK SCARLETT DI SHOPEE**

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

Oleh:

DIKA AYU SABELLA

202011078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

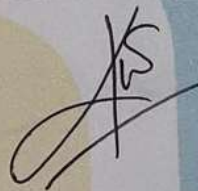
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA PRODUK SCARLETT DI SHOPEE**

Nama : Dika Ayu Sabella
NIM : 202011078
Program Studi : Manajemen

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

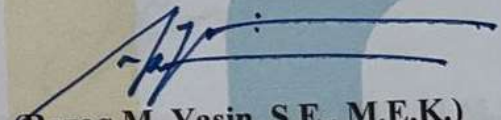
Kudus,

Pembimbing I



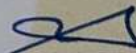
(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN.0628048702

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)
NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA PRODUK SCARLETT DI SHOPEE**

Nama : Dika Ayu Sabella

NIM : 202011078

Program Studi : Manajemen

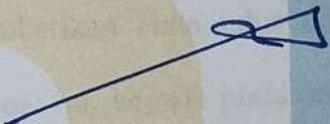
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

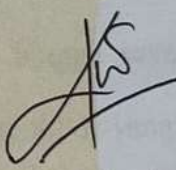
Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

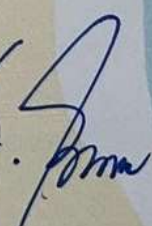

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN.0628048702

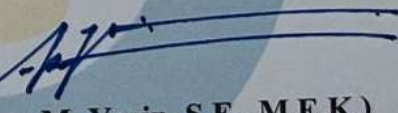
Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri, walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kepada cinta pertama dan panutanku, Papa saya Sul Khan yang senantiasa memberikan cinta tulus dan kepercayaannya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini, kepada pintu surgaku mama Sukati S, Pd. yang telah memberi kasih sayang, selalu sabar, dan tidak pernah lupa memberikan kalimat semangat pada saat saya berangkat kuliah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarlett Di Shopee”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mengalami kendala, namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendapatkan dukungan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah bersedia meluangkan waktu dan banyak memberikan pengarahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K., selaku Dosen Pembimbing 2 saya yang senantiasa memberi semangat dan memberi motivasi sehingga penelitian ini

selesai dengan baik.

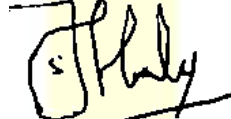
6. Seluruh jajaran Dosen pengajar dan Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan ini hingga selesai.
7. Untuk papa saya Sulkhan. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku perkuliahannya karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Untuk mama saya Sukati, S,Pd. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan,semangat,dan doa yang di berikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu di berikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Mama menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, ma.
9. Untuk sahabat-sahabat tercinta Putri,Fafa,Dian,Shofi terimakasih atas segala motivasi,dukungan,pengalaman,waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. *See u on top guys!*
10. Terakhir, untuk diri saya diri, Dika Ayu Sabella atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika

liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terimakasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar. Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih bisa bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Kudus, 5 Januari 2025

Penulis



Dika Ayu Sabella
202011078

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK SCARLETT DI SHOPEE

**Dika Ayu Sabella
202011078**

Pembimbing: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan *social media marketing* terhadap minat beli ulang pada produk Scarlett di Shopee. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Scarlett di Shopee yang berada di wilayah Kudus yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel penelitian ini yaitu berjumlah 140 responden yang diambil melalui teknik pengambilan *purposive sampling*. Uji Instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di Shopee; *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di Shopee; *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di Shopee; *online customer review*, *online customer rating* dan *social media marketing* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di Shopee.

Kata kunci : *online customer review*, *online customer rating*, *social media marketing*, minat beli ulang

***THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS, ONLINE
CUSTOMER RATINGS AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON
REPURCHASE INTEREST IN SCARLETT PRODUCTS ON SHOPEE***

**Dika Ayu Sabella
202011078**

Advisor: 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACTION

This research aims to analyze the influence of online customer reviews, online customer ratings and social media marketing on repurchase interest in Scarlett products on Shopee. The population in this research is Scarlett consumers at Shopee in the Kudus area whose exact number is not known. The sample for this research was 140 respondents taken using a purposive sampling technique. The instrument test in this study used a validity test and a reliability test. The data analysis method uses multiple linear regression analysis using SPSS version 26 software. The research results show that online customer reviews have a positive and significant effect on interest in repurchasing Scarlett products at Shopee; online customer rating has a positive and significant effect on interest in repurchasing Scarlett products on Shopee; social media marketing has a positive and significant effect on interest in repurchasing Scarlett products on Shopee; Online customer reviews, online customer ratings and social media marketing simultaneously influence interest in repurchasing Scarlett products on Shopee.

Keywords: online customer review, online customer rating, social media marketing, repurchase interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACTION</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	16
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	20
2.2 Minat Beli Ulang	20
2.3 <i>Online Customer Review</i>	22
2.4 <i>Online Customer Rating</i>	24
2.5 <i>Social Media Marketing</i>	26
2.6 Pengaruh Antar Variabel	29
2.7 Penelitian Terdahulu	32
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.9 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian	39

3.2 Variabel Penelitian.....	39
3.3 Definisi Operasional Variabel	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.6 Pengumpulan Data	47
3.7 Pengolahan Data.....	48
3.8 Uji Instrumen.....	48
3.9 Uji Asumsi Klasik	49
3.10 Analisis Regresi Linier berganda	52
3.11 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Profil Scarlett.....	55
4.2 Peyajian Data.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	60
4.3 Uji Instrumen.....	64
4.3.1 Uji Validitas	64
4.3.2 Uji Reliabilitas	66
4.4 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1 Uji Normalitas.....	66
4.4.2 Uji Multikolonieritas.....	67
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	69
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.6 Uji Hipotesis.....	71
4.6.1 Uji t	71
4.6.2 Uji f.....	73
4.6.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	74
4.7 Pembahasan	75
4.7.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarlett di Shopee	75

4.7.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarlett di Shopee	76
4.7.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarlett di Shopee	77
4.7.4 Pengaruh <i>Online Customer Review, Online Customer Rating</i> dan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Scarlett di Shopee	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92