

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN, *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP
MINAT BELI PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh :
DINI ARIFANTI
1802010113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh :
DINI ARIFANTI
1802010113

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Oleh :
DINI ARIFIANTI
1802010113

**Diterima dan disetujui oleh :
Pembimbing**



Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si.
NIK. 2160754

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Dini Arifianti
NIM : 1802010113
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, *Online Customer Review*, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Pada *Marketplace Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

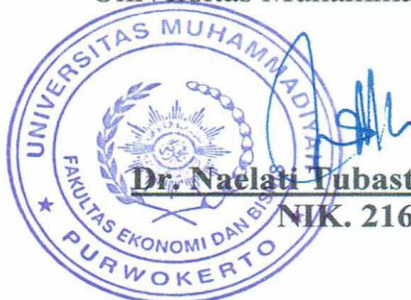
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si. ()
Anggota 1 : Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM ()
Anggota 2 : Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., MM ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 16 Agustus 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dini Arifianti

NIM : 1802010113

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Dini Arifianti
1802010113

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Arifianti
NIM : 1802010113
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, *Online Customer Review*, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Pada *Marketplace Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemelik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : Agustus 2020

Yang menyatakan,



Dini Arifianti


MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.” – QS Ar Rad 11

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” – QS Al Baqarah 286



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :
Alhamdulillah kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunianya serta kemudahan yang telah Engkau berikan dalam menyelesaikan tugas skripsi saya dengan segala kekurangannya. Dengan penuh kerendahan hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis. Untuk kedua orang tua yang paling berharga dalam hidup saya Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Sulimah Terimakasih selalu menjaga saya dalam doa-doa Bapak dan ibu dan selalu memberikan semangat dan dukungan. Adiku tercinta Bagas Arifin Putra dan Bagus Arifin Putra yang memberikan doa dan dukungannya. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah di berikan. Aamiin

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajmeen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada saya sehingga saya mampu untuk terus berusaha dan bekerja keras demi mencapai hasil yang terbaik.
2. Ns., Dr. Jebul Suroso, M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi.
4. Drs. Suyoto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberi masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
6. Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM selaku dosen penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

7. Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., MM selaku dosen penguji II dan selaku Dosen Pembimbing Akademik Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membimbing dan mengarahkan mengenai perkuliahan saya dari awal hingga akhir belajar di Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Sulimah selaku kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan, motivasi, doa dan materi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Adikku, Bagas Arifin Putra dan Bagus Arifin Putra yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Risma, Angga, Rindhi, Della, Humrotul, Sabila, Tya, Arvina, Faedatul, dan Teman-teman Manajemen selaku teman seperjuangan saya yang selalu memberikan bantuan, semangat dan dukungan Ketika saya menghadapi kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam meyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 16 Agustus 2021

Penulis



Dini Arifianti

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Dini Arifianti¹, Mastur Mujib Ikhsani²

Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{(1) (2)}
Universitas Muhammadiyah Purwokerto^{(1) (2)}

¹ dini.arifianti99@gmail.com

² mastur_mujib@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh orientasi belanja, kepercayaan, *online customer review* dan pengalaman pembelian terhadap minat beli pada *Marketplace Shopee*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang memiliki dan menggunakan aplikasi *Shopee*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel 110 responden dengan beberapa kriteria yang telah disyaratkan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil analisis regresi menunjukkan secara simultan orientasi belanja, kepercayaan, *online customer review* dan pengalaman pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, orientasi belanja secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, *online customer review* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, pengalaman pembelian secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : orientasi belanja, kepercayaan, *online customer review*, dan pengalaman pembelian, minat beli.

**THE EFFECT OF SHOPPING ORIENTATION, TRUST, ONLINE
CUSTOMER REVIEW, AND PURCHASE EXPERIENCE ON BUYING
INTEREST IN MARKETPLACE SHOPEE**

(Study on Purwokerto Muhammadiyah University Students)

Dini Arifianti¹, Mastur Mujib Ikhsani²

*SI Management Study Program, Faculty of Economics and Business^{(1) (2)}
Muhammadiyah University of Purwokerto^{(1) (2)}*

[1dini.arifianti99@gmail.com](mailto:dini.arifianti99@gmail.com)

[2mastur_mujib@yahoo.co.id](mailto:mastur_mujib@yahoo.co.id)

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of shopping orientation, trust, online customer review and purchase experience on buying interest in the Shopee Marketplace. The population of this research is the students of Muhammadiyah University of Purwokerto who have and use the Shopee application. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The number of samples is 110 respondents with several criteria that have been required. Collecting data using a questionnaire. The results of regression analysis show that simultaneously shopping orientation, trust, online customer review and purchase experience have a significant positive effect on buying interest, partial shopping orientation has a significant positive effect on buying interest, partial trust has a significant positive effect on buying interest, partially online customer review has a significant positive effect on buying interest, the purchase experience partially has a significant positive effect on buying interest.

Keywords: shopping orientation, trust, online customer review, and buying experience, buying interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	11
D. Tujuan	11
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumen	13
2. Minat Beli	15
3. Orientasi Belanja.....	17
4. Kepercayaan.....	20
5. Online Customer Review	24
6. Pengalaman Pembelian	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu	28
C. Keterkaitan Antar Variabel	39

D. Kerangka Pemikiran.....	41
E. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	46
C. Jenis, Sumber dan Metode	48
1. Jenis dan sumber data	48
2. Teknik pengumpulan data	48
D. Variabel Penelitian	49
1. Variabel Dependent.....	49
2. Variabel Independent	49
E. Definisi Operasional	50
F. Metode Analisis Data.....	52
1. Analisis Statistik Deskriptif	52
2. Uji Instrumen Penelitian	53
3. Uji Asumsi Klasik	54
4. Metode Analisis Data	55
5. Uji Kecocokan Model	56
6. Uji Parsial (Uji t)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Perusahaan	66
B. Hasil Penelitian	67
1. Response Rate	67
2. Gambaran Umum Responden	68
3. Analisis Statistik Deskriptif	71
4. Uji Instrumen Penelitian	77
5. Uji Asumsi Klasik	81
6. Analisis Regresi Linear Berganda	84
BAB V PENUTUP.....	101

A. Kesimpulan	101
B. Keterbatasan penelitian	101
C. Saran	102
1. Bagi Perusahaan	102
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	108

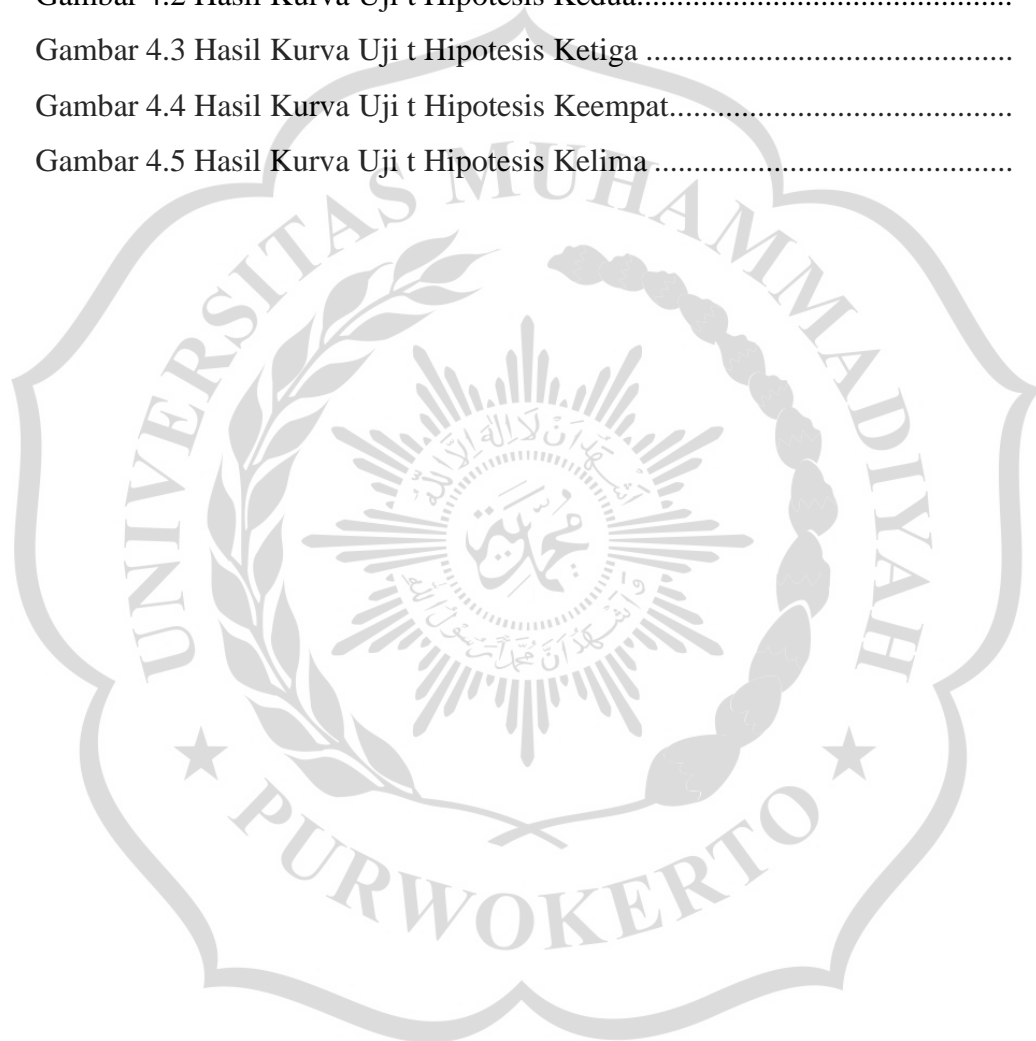


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung Marketplace Indonesia	3
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional	51
Tabel 4.1 Respon Rate	68
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	68
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Fakultas.....	69
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Umur.....	70
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Semester	71
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Minat Beli (Y).....	72
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Orientasi Belanja (X1)	73
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan (X2)	75
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Online Customer Review (X3) ..	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pengalaman Pembelian (X4).....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Belanja	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Pembelian	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.20 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	86
Tabel 4.21 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.22 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	91
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	45
Gambar 3.1 Kurva uji F (Hipotesis Pertama)	59
Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F Hipotesis Pertama	90
Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	92
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	93
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	94
Gambar 4.5 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kelima	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	111
Lampiran 2. Data Responden.....	117
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner	122
Lampiran 4. Data Input	137
Lampiran 5. Uji Karakteristik Responden	140
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	141
Lampiran 7. Uji Statistik Deskriptif	146
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 9. Uji Regresi Linear Berganda	148
Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi	148
Lampiran 11. Uji F	149
Lampiran 12. Uji t.....	149
Lampiran 13. Tabel R	150
Lampiran 14. Tabel F	151
Lampiran 15. Tabel t	152