

HALAMAN MOTTO

“Perlakukan orang lain sebagaimana kamu ingin diperlakukan”.

"Barangsiapa yang ingin dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke surga, lalu kematian menjemputnya dalam keadaan beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memperlakukan orang lain sebagaimana ia ingin diperlakukan."

(HR. Muslim no. 8442)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kenikmatan dan keberkahan serta memberikan perlindungan dan kemudahan kepada seluruh umat-Nya. Skripsi ini merupakan persembahan tanda cinta dan terima kasih yang saya berikan kepada orang-orang yang telah membuat hidup saya bermakna. Saya persembahkan kepada:

1. Anakku tersayang Anggiana Sehan yang menggemaskan dengan segala tingkah lucu dan menjengkelkannya membuat kami bersyukur dan tersenyum bangga dan Suamiku tercinta Rudi Handoko yang telah memberikan support system baik moral, mental maupun material serta do'a tulus, dan semangat yang tak terhingga.
2. Keluarga besar SD Negeri 2 Banyumudal yang selalu membimbing dan memberi kesempatan kami untuk berkembang.
3. Orang tua kami yang tak pernah lelah mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat untuk terus berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik.
4. Keluarga besar yang telah memberikan do'a.
5. Teman-teman di bangku kuliah yang selalu saling support dari kondisi terendah sampai dititik ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Online Customer Review* dan *Price* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* pada TikTok Shop di MAN 3 Banyumas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 4 variabel yaitu variabel *online customer review* (X1), *price* (X2), *trust* (Z), dan *purchase intention* (Y).

Pupulasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi TikTok di MAN 3 Banyumas dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah responden kelas XII (dua belas) dan belum pernah membeli di TikTok Shop.

Penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for Windows* versi 25 dengan teknik likert dan beberapa uji seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis korelasi, analisis jalur, dan uji sobel. Dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis berpengaruh signifikan kecuali hipotesis 6 yaitu pengaruh *online customer review* terhadap *purchase intention* melalui *trust*.

Kata kunci: *online customer review*, *price*, *trust*, dan *purchase intention*.

ABTRACT

This study aims to determine the influence of online customer reviews and price on purchase intention through trust in the TikTok Shop at MAN 3 Banyumas. This quantitative study uses four variables: online customer reviews (X1), price (X2), trust (Z), and purchase intention (Y).

The population in this study was TikTok users at MAN 3 Banyumas, with a sample size of 100 respondents. The sample characteristics were grade 12 respondents who had never purchased from the TikTok Shop.

This study used SPSS for Windows version 25 with the Likert method and several tests, including validity, reliability, classical assumptions, hypothesis testing, correlation analysis, path analysis, and the Sobel test. The data processing results showed that all hypotheses had a significant effect except for hypothesis 6, which is the influence of online customer reviews on purchase intention through trust.

Keywords: online customer reviews, price, trust, and purchase intention

KATA PENGANTAR

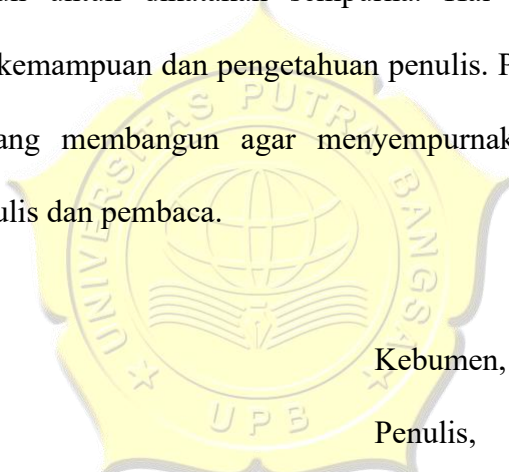
Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan kenikmatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan *Price* terhadap *Purchase Intention* melalui *Trust* pada Aplikasi TikTok Shop”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, saran dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga kecilku.
2. Bapak Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
4. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi.
5. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak Drs. Solikhin, M.Ag., selaku Kepala Madrasah Aliyah Negeri 3 Banyumas (MAN 3 Banyumas) berserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan berkenan memberikan informasi terkait penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh adik-adik siswa-siswi kelas XII IPA, IPS, dan Agama yang telah meluangkan waktunya dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Teman-teman penulis di bangku perkuliahan terutama kelas MJKAK2 yang selalu memberikan dukungan serta terus berjuang bersama, dan
9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam penyajian dan pemilihan kata maupun pembahasan materi sehingga jauh untuk dikatakan sempurna. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu, kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca.



Kebumen, 26 Februari 2025

Penulis,

Novi Fitriani
NIM. 225505031

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. <i>Purchase Intention</i>	17
2.1.2. <i>Trust</i>	20
2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	23

2.1.4. Price	25
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.4. Model Empiris.....	45
2.5. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Obyek dan Subyek Penelitian	47
3.2. Variabel Penelitian	47
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	48
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	52
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Populasi dan Sampel	55
3.7. Teknik Analisis	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	71
5.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	71
5.2. Analisis Dekriptif.....	73
5.3. Analisis Statistik	76
5.4. Pembahasan.....	99
BAB V SIMPULAN	106
5.1 Simpulan	106
5.2 Keterbatasan	107
5.3 Implikasi.....	108
5.3.1 Implikasi Praktis	108
5.3.2 Implikasi Teoritis	109
DAFTAR PUSTAKA.....	114

LAMPIRAN	120
----------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Mini-Riset alasan niat membeli di TikTok Shop.....	4
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel III. 1 Distribusi Indikator Purchase Intention	49
Tabel III. 2 Distribusi Indikator Trust.....	50
Tabel III. 3 Distribusi Indikator Online Customer Review.....	51
Tabel III. 4 Distribusi Indikator Price	52
Tabel III. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	66
Tabel IV. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel IV. 2 Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel IV. 3 Responden Berdasarkan Kelas.....	75
Tabel IV. 4 Responden Berdasarkan Produk Yang Akan di Beli	75
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Online Customer Review.....	77
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Price	78
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Trust.....	78
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Purchase Intention.....	79
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel IV. 10 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 1	83
Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinearitas Substruktural 2.....	84
Tabel IV. 12 Hasil Uji Parsial Substruktural 1	87
Tabel IV. 13 Hasil Uji Parsial Substruktural 2	88
Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	90
Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2	90
Tabel IV. 16 Hasil Uji Korelasi	91
Tabel IV. 17 Hasil Koefisien Jalur Substruktural 1	93
Tabel IV. 18 Hasil Koefisien Jalur Substruktural 2	94
Tabel IV. 19 Hasil Uji Sobel Substruktural 1	98
Tabel IV. 20 Hasil Uji Sobel Substruktural 2	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Demografi Pengguna TikTok Indonesia	2
Gambar II. 1 Model Empiris	45
Gambar IV. 1 Hasil Uji Normal P-Plot Substruktural 1	81
Gambar IV. 2 Hasil Uji Normal P-Plot Substruktural 2	82
Gambar IV. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 1	85
Gambar IV. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 2.....	86
Gambar IV. 5 Diagram Jalur	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian	121
Lampiran II. Tabulasi Data Kuesioner.....	125
Lampiran III. Identitas Responden.....	136
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas	141
Lampiran V. Hasil Uji Reliabilitas.....	145
Lampiran VI. Hasil Uji Normalitas.....	146
Lampiran VII. Hasil Uji Multikolinearitas.....	147
Lampiran VIII. Hasil Uji Heteroskedastisitas	148
Lampiran IX. Hasil Uji Hipotesis dan Uji Analisis Jalur.....	149
Lampiran X. Hasil Uji Analisis Korelasi	150
Lampiran XI. Hasil Uji Sobel	151
Lampiran XII. Tabel r	152
Lampiran XIII. Tabel t	155
Lampiran XIV. Kartu Bimbingan Skripsi.....	158
Lampiran XV. Kartu Seminar	159
Lampiran XVI. Dokumentasi Pengumpulan Data	160