

**DETERMINAN KREDIBILITAS *ONLINE REVIEW* DAN
PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Wandi

NPM: 180324205

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

JUNI 2022

Skripsi

**DETERMINAN KREDIBILITAS *ONLINE REVIEW* DAN
PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**



Disusun Oleh:

WANDI

NPM: 180324205

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Dra. J. Ellyawati, MM.

8 Juni 2022



SURAT KETERANGAN
No. 1017/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Kamis, 4 Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Anggota) |
| 3. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Wandu
NPM : 180324205

Dinyatakan
Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Wandu telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

DETERMINAN KREDIBILITAS *ONLINE REVIEW* DAN PENGARUNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak tersapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 8 Juni 2022

Yang menyatakan,



WANDI

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kemurahan-Nya sehingga skripsi dengan judul **“DETERMINAN KREDIBILITAS *ONLINE REVIEW* DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ini saya ini mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Papa Suriyanto dan Mama Kim Luan atas kasih sayang, semangat, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kelancaran skripsi serta adik Meissya aurelia yang selalu mendukung saat penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. selaku pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi dengan kesabaran serta selalu memberikan saran yang membangun.
3. Rektor beserta segenap Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta masukan selama menyelesaikan masa studi.
4. Teman-teman yang selalu menemani dan membantu selama berada di Yogyakarta Wina, Putri, Isti, Eline, Egi dan Zefa.
5. Responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam penyelesaian skripsi.

Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan pihak-pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Mohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan skripsi ini dan besar harapan apabila skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 8 Juni 2022
Yang menyatakan



Wandu

Daftar isi

PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
Pembimbing:.....	ix
BAB I.....	1
Pendahuluan	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Kualitas Argumen	6
2.1.2. Isyarat Perifer.....	7
2.1.3. Ulasan Online yang Kredibel.....	7
2.1.4. Niat Membeli Berdasarkan Ulasan Online	8
2.2. Penelitian Terdahulu	9
2.3. Hipotesis	14
2.3.1. Pengaruh ketepatan review online terhadap kredibilitasnya	14
2.3.2. Pengaruh kelengkapan review online terhadap kredibilitasnya	15
2.3.3. Pengaruh ketepatan waktu review online terhadap kredibilitasnya	15
2.3.4. Pengaruh kuantitas ulasan terhadap kredibilitas review online	16
2.3.5. Pengaruh keahlian reviewer terhadap kredibilitas review online	17
2.3.6. Pengaruh peringkat produk atau layanan terhadap kredibilitas review online	18
2.3.7. Pengaruh reputasi situs web terhadap kredibilitas review online	19
2.3.8. Pengaruh kredibilitas ulasan terhadap niat beli konsumen	20
BAB 3	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.2. Metode Pengukuran Data.....	23
3.3. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	23

3.5. Metode Pengujian Instrumen	26
3.5.1. Uji Validitas	26
3.5.2. Uji Reliabilitas	28
3.6. Metode Analisis Data.....	28
3.7 Analisis Deskriptif	28
3.8. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	29
3.9. Pengujian Hipotesis	31
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Pengantar.....	32
4.2. Analisis Profil Responden.....	32
4.3. Analisis Deskriptif	33
4.3.1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Argumen	34
4.3.2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Isyarat Periferal	35
4.3.3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Determinan Kredibilitas	37
4.3.4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Niat Beli	38
4.4. Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	39
4.4.1. Evaluasi Goodness of Fit- Menilai Outer Model	40
4.4.2. Evaluasi Goodness of Fit-Menilai Inner Model.....	48
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	49
4.5. Pembahasan.....	53
4.5.1. Pengaruh keahlian reviewer terhadap kredibilitas review online	53
4.5.2. Pengaruh reputasi situs web terhadap kredibilitas review online.	53
4.5.3. Pengaruh kredibilitas ulasan terhadap niat beli konsumen	54
BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Analisis Deskriptif Statistik	56
5.3. Hasil Pembuktian Hipotesis	56
5.4. Implikasi Manajerial	57
Daftar pustaka.....	60
LAMPIRAN	62
KUESIONER	62

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

2.1. Penelitian Terdahulu	9
Gambar 2.2. Kerangka penelitian	21
Tabel 3.1.....	24
Definisi Operasional	24
Table 4.1.....	32
Table 4.2.....	33
Profi Usia Responden Penelitian.....	33
Tabel 4.3.....	34
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Argumen	34
Tabel 4.4.....	35
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Isyarat Periferal	35
Tabel 4.5.....	37
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Determinan Kredibilitas.....	37
Tabel 4.6.....	38
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Niat Beli	38
Gambar 4.1	40
Model Struktural	40
Tabel 4. 9.....	41
Outer Loading (Measurement Model)	41
Tabel 4. 10.....	44
Cross Loading	44
Table 4.11.....	45
Construct Reliability and Validity	45
Tabel 4. 12.....	48
Nilai R-square dan Adjusted R-square.....	48
Tabel 4.13.....	49
Path Coefficient.....	49
Gambar 4.2.....	52
Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	52

DETERMINAN KREDIBILITAS *ONLINE REVIEW* DAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN

Disusun Oleh:

Wandi

NPM: 180324205

Pembimbing:

Dr. Dra. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Tujuan - Untuk melihat dampak dari pengaruh determinan kredibilitas *online review* dan dampak pada niat yang terbagi dalam empat dimensi yaitu, kualitas argumen, isyarat perifer, determinan kredibilitas, dan niat beli.

Desain/metodologi/pendekatan - Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden mengetahui *e-commerce* Shopee dan pernah menggunakan aplikasi shopee. Responden didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* dan terkumpul sebanyak 200 responden. Analisis data menggunakan bantuan *software* SmartPLS.

Temuan - Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel keahlian review, reputasi situs web, dan determinan kredibilitas terhadap niat beli.

Keterbatasan/implikasi penelitian - Disarankan untuk menambahkan dan mengembangkan variabel tambahan agar lebih menggambarkan situasi yang lebih kompleks dan memperkuat variabel independen.

Implikasi praktis - Pihak Shopee sebaiknya tetap mempertahankan untuk menjaga reputasinya juga langsung menanggapi ulasan *negatif* sehingga dapat meningkatkan niat beli konsumen.

Kata Kunci: kualitas argumen, isyarat *perifer*, determinan kredibilitas, dan niat beli.