

ANALISIS PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND TRUST* PADA MINAT BELI PRODUK KOSMETIK

(Studi kasus pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Sri Intan Nur Faidah

Nim : 18414668

Prodi Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND TRUST* PADA MINAT BELI
PRODUK KOSMETIK**

(Studi kasus pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Sri Intan Nur Faidah

Nim : 18414668

Prodi Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Online Customer Review*, *Word of Mouth* dan *Brand Trust* pada Minat Beli Produk Kosmetik. (Studi pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)
Nama : Sri Intan Nur Faidah
NIM : 18414668
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 18 Desember 1999
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Srata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Januari 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.)
NIDN. 0025057401



(Wahna Widhianingrum, SP.,MM)
NIDN. 0707118602

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hadi Sumarsono, SE.,M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom.
NIDN. 0025057401



Nuning Kristiyana, SE.,MM
NIDN. 0721117501



Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

Analisis Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth dan Brand

Trust Terhadap Minat Beli Kosmetik

(Studi kasus pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)

Sri Intan Nur Faidah

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi kasus pada konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Data dari responden dan analisis menggunakan software SPSS 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Produk Kosmetik Drw Skincare. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara Online Customer Review terhadap Minat Beli. (2) Terdapat pengaruh antara Word of Mouth terhadap Minat Beli. (3) Terdapat pengaruh antara Brand Trust terhadap Minat Beli. (4) Terdapat pengaruh antara Online Customer Review, Word of Mouth dan Brand Trust terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Online Customer Review, Word of Mouth, Brand Trust, Minat Beli.

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 4 Agustus 2022



Sri Intan Nur Faidah
NIM.18414668

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi kasus pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)”** dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat selesai karena bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Naning Kristyana, SE., MM. Selaku Kaprodi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Wahna Widhaningrum, SP., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Teman-teman Manajemen A angkatan 2018
7. Pihak-pihak lain yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu

Ponorogo, 4 Agustus 2022



Sri Intan Nur Faidah

(18414668)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta karunia-Nya serta do'a dan dukungan dari orang-orang tercinta, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Kosmetik (Studi kasus pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare)”. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Hari Subagyo dan Ibu Hartini serta Ary Wardana yang telah memberikan dukungan dan doanya.
2. Keluarga saya terutama adek saya, Chamim Musthofa Arifin yang telah memberikan dukungan dan doanya.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom dan Ibu Wahna Widhaningrum,SP.,MM. selaku pembimbing terimakasih atas kesediaan serta kesabaran yang bapak ibu berikan kepada saya ketika bimbingan, saran serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabatku, Khoirun Nisak dan Reza Berlianingtias Pitaloka yang selalu mendukung dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman – teman manajemen A 2018 yang telah memberikan saya dukungan dan bantuan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi dan cintai, terimakasih yang sebesar-besarnya.

MOTTO

“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together”

“Man Jadda Wa Jada”

(Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dapatlah ia)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	41
B. Populasi.....	41
C. Sampel.....	42
D. Metode Pengambilan Data.....	43
E. Definisi Operasional Variabel.....	45
F. Metode Analisis Data.....	49
BAB IV.....	55
HASIL PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
B. Deskripsi Umum Responden.....	60
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	63

D. Analisis Data	70
E. Pembahasan	80
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu	34
Tabel 2. Skala Likert.....	45
Tabel 3 Jenis kelamin Responden.....	60
Tabel 4 Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 5 Mengenal Produk Dari.....	62
Tabel 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Online Customer Review (X ₁).....	65
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word of Mouth (X ₂).....	66
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trus</i> (X ₃).....	67
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	69
Tabel 10 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 11 Uji Realibilitas.....	72
Tabel 12 Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 13 Uji T (Parsial).....	75
Tabel 14 Hasil Uji F.....	79
Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2 Daerah penolakan H_{01} dan penerimaan $H_a X_1$ terhadap Y	76
Gambar 3 Daerah penolakan H_{02} dan penerimaan $H_a X_2$ terhadap Y	77
Gambar 4 Daerah penolakan H_{03} dan penerimaan $H_a X_3$ terhadap Y	78

