

PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *ONLINE CUSTOMERS REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PRODUK *3SECOND OFFICIAL SHOP* DI *SHOPEE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2021 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO



SKRIPSI

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

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Umar Fadilah Yunanto

Nim : 21415493

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *ONLINE CUSTOMERS REVIEW* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PRODUK *3SECOND OFFICIAL SHOP* DI *SHOPEE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2021 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO



SKRIPSI

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

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Umar Fadilah Yunanto

Nim : 21415493

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Information Quality*, *Online Customers Review* dan *Brand Image* terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk *3Second Official Shop* Di *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Umar Fadilah Yunanto

NIM : 21415493

Tempat/Tanggal Lahir : Wonogiri, 01 Juni 2002

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 04 Agustus 2025

Pembimbing 1



Titi Rapini, S.E., M.M.
NUPTK. 9837741642230122

Pembimbing II



Tegoeh Hari Abrianto, S.E., M.M.
NUPTK. 2337745646130133

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si.
NIK. 19701016 199904 12

Penguji I



Titi Rapini, S.E., M.M.
NUPTK. 9837741642230122

Penguji II



Fery Setiawan, S.E., M.M.
NUPTK. 1552767668131043

Penguji III

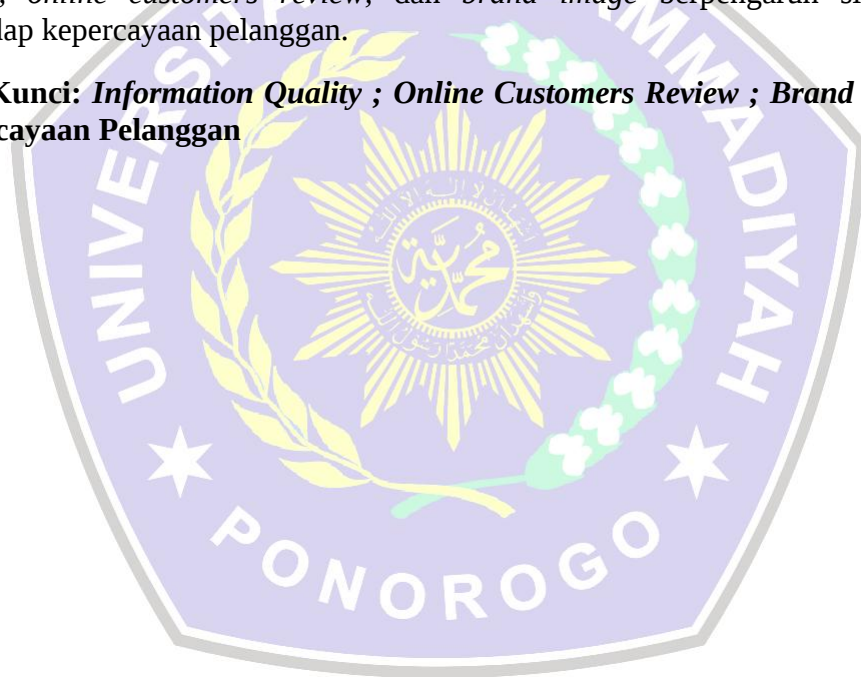


Naning Kristivana, S.E., M.M.
NUPTK. 2253753654230083

ABSTRAK

Kepercayaan pelanggan merupakan keyakinan terhadap suatu produk yang ditawarkan serta bersedia menerima resiko yang diperoleh pada transaksi jual beli *online store*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh *information quality* terhadap kepercayaan pelanggan produk *3Second Official shop*. (2) Pengaruh *online customers review* terhadap kepercayaan pelanggan produk *3Second Official Shop*. (3) Pengaruh *brand image* terhadap kepercayaan pelanggan produk *3Second Official Shop*. (4) Pengaruh antara *information quality*, *online customers review* dan *brand image* secara simultan terhadap kepercayaan pelanggan produk *3Second Official Shop*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan Mahasiswa Angkatan tahun 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Jumlah sampel penelitian ini adalah 96 yang ditentukan dengan menggunakan rumus *Cochran*. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *information quality*, *online customers review*, dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: *Information Quality ; Online Customers Review ; Brand Image ; Kepercayaan Pelanggan*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Information Quality*, *Online Customers Review* dan *Brand Image* terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk *3Second Official Shop* di *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo". Penulis menyampaikan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah ke zaman Islamiyah. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menghadapi banyak tantangan saat menulis skripsi ini. Namun, berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan hormat kepada:

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Rido Kurnianto M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dr. Riawan, SPd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Titi rapini, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Tegoeh Hari Abrianto S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan pahala terbaik kepada setiap orang yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Kritik dan saran sangat diharapkan dari peneliti untuk memperbaiki skripsi ini karena penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Penulis berharap para pembaca akan mendapatkan manfaat dari skripsi ini di masa mendatang. Wassalamualaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 15 Agustus 2025



Umar Fadilah Yunanto

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

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



Umar Fadilah Yunanto

NIM : 21415493

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Syukur kepada Allah SWT atas nikmat, rahmat dan kesehatan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Information Quality*, *Online Customers Review* dan *Brand Image* terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk *3Second Official Shop* di *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2021 Universitas Muhammadiyah Ponorogo”. Penulis mendapatkan banyak bimbingan, pengetahuan, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini. Sebagai bentuk rasa terima kasih dan penghargaan, penulis memberikan tugas akhir ini kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT, karena telah memberi saya kekuatan fisik dan mental untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua saya, Bapak Sugiyarso, Mama Sukati dan Ibu Sutini, kakak saya Umi Yulianti Ningrum, dan Adik saya Usman Nur Febrianto. Umi Yulianti Ningrum adalah orang yang selalu membantu saya saat mengerjakan dan menyusun skripsi saya. Saya beruntung memiliki orang tua dan adik kakak yang selalu mendoakan saya dan membantu saya.
3. Titi Rapini, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing 1 selalu memberikan dukungan, arahan, dan bimbingan penuh untuk mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Tegoeh Hari Abrianto, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Sahabat Tercinta, Zahwa Melia Putri Terimakasih telah menjadi partner segala hal, support sistem terbaik dalam kuliah ini
6. Teman seperjuangan, Angkatan 2021 Manajemen C, yang telah membantu saya menghadapi dunia perkuliahan. Saya juga mengucapkan terimakasih atas dorongan positif yang telah anda berikan.
7. Semua pihak yang terlibat dibelakang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terimakasih telah membantu dan memberikan dukungan penuh kepada penulis selama penelitian ini hingga selesai.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

MOTTO

“Jalani aja dulu, siapa tau jadi kenyataan”

“Teruslah berusaha sampai orang lain tidak percaya bahwa itu hasil mu kerja kersmu sendiri”

"Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah."

(Umar bin Khattab)



DAFTAR ISI

BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Hipotesis Penelitian	10
BAB II	12
4.1 Landasan Teori	12
4.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.1 Bauran Pemasaran	15
2.2 <i>Information Quality</i>	16
2.1.2 Indikator <i>Information Quality</i>	18
2.2 <i>Online Customers Review</i>	20
2.2.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi <i>Online Customers Review</i>	21
2.2.3 Indikator <i>Online Customers Review</i>	22
2.3 <i>Brand Image</i>	23
2.3.1 Faktor – faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	24
1.3.2 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	25
2.4 Kepercayaan	26
2.4.2 Elemen Kepercayaan	28
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	29
2.4.4 Indikator Kepercayaan	31
2.5 Peneliti Terdahulu.....	32
2.6 Kerangka Pemikiran	36
2.7 Hipotesis	36
BAB III	42
3.1 Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi Penelitian	43

3.2.2 Sampel Penelitian	44
3.3 Jenis Data Penelitian.....	46
3.4 Metode Pengambilan Data.....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel	48
3.6 Kisi-kisi Instrumen	50
3.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.4 Uji Analisis Regresi Berganda.....	56
3.9 Uji Koefisien Determinasi	57
4.0 Uji Hipotesis	57
BAB IV	59
4.1 Hasil Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum <i>Brand 3Second</i>	59
4.1.2 Visi dan Misi	64
4.1.3 Gambaran Umum Responden	65
4.1.4 Deskripsi Jawaban Responden	71
4.1.5 Hasil Uji Instrumen.....	75
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	86
4.1.8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	91
BAB V	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1Peneliti Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Skala Likert	47
Tabel 3. 2 Definisi Operasional variabel.....	48
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Information Quality.....	50
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Online Customers Review.....	50
Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrumen Brand Image	51
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan Pelanggan	52
Tabel 4. 1 Harga Produk 3Second	62
Tabel 4. 2 Jenis-Jenis Produk 3Second.....	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	67
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk..	68
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	69
Tabel 4. 8 Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi.....	70
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Information Quality	71
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Variabel Online Customers Review	72
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image.	73
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Pelanggan. 74	
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Information Quality	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Online Customers Review.....	76
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Brand Image	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	77
Tabel 4. 17 Rentang Nilai Chronbach's Alpha	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Information Quality.	78
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Online Customers Review.	79
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel Brand Image.....	79
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reliabilitas Pada variabel Kepercayaan Pelanggan.....	80
Tabel 4. 22 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4. 25 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 26 Hasil Uji t (Parsial)	86
Tabel 4. 27 Hasil Uji F (Simultan).....	90
Tabel 4. 28 Hasil Koefisien Determinasi	92
Tabel 4. 29 Kriteria Hasil Korelasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Gambar Logo 3Second.....	60
Gambar 4. 2 * ARABIC 1 Daerah Penerimaan dan Penolakan.....	87
Gambar 4. 3 SEQ Gambar* ARABIC 2 Daerah Penerimaan dan Penola... ..	88
Gambar 4. 4 SEQ Gambar* ARABIC 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan.....	89
Gambar 4. 5 SEQ Gambar* ARABIC 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan.....	91

