

**PENGARUH *RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI *TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)**



**Oleh:**

**WAHYU CANDRA GEMILANG**

**NPM: 19.1.02.11861**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA ( STIESIA)**

**SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH *RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI *TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)**



**Oleh:**

**WAHYU CANDRA GEMILANG**

**NPM: 19.1.02.11861**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA ( STIESIA)**

**SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH *RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI *TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**WAHYU CANDRA GEMILANG**

**NPM: 19.1.02.11861**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW  
TERHADAP MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI  
TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh :**

**WAHYU CANDRA GEMILANG  
NPM : 19.1.02.11861**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Pada tanggal 11 Maret 2023**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.**

**Anggota : 1. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.**

**2. Okto Aditya Suryawirawan, S.E., M.S.M.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

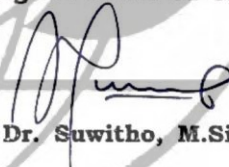
**Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Nur Laily, M.Si.**



**Dr. Suwitho, M.Si.**



**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

**Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:**

Nama : **WAHYU CANDRA GEMILANG**

N.P.M : **19.1.02.11861**

menyatakan bahwa skripsi

dengan judul:

**PENGARUH RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(Studi Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 11 Maret 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat kesuluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Wahyu Candra Gemilang  
NPM : 1910211861  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Ponorogo, 05 Maret 2001  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak Ke : 2/1  
Alamat Rumah : Jl. Sedati Agung 2 Gg 3 No.24B,  
Kec.Sedati  
Kab. Sidoarjo  
Status : Belum menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Suharno  
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Sedati Agung 2 Gg 3 No.24B  
Alamat Kantor/Telepon : Griya Permata Gedangan  
Pekerjaan/Jabatan : Komisaris

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di Semambung 2 Gedangan Sidoarjo tahun 2013
2. Tamat SMP di Asa Cendekia Sedati Sidoarjo tahun 2016
3. Tamat SMA di Hang Tuah 2 Sidoarjo tahun 2019
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I - VII	2019- 2023	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Wahyu Candra Gemilang

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran kepada Allah SWT dengan segala Rahmat dan Hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI PADA LAZADA MELALUI *TRUST* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pada Pengguna Lazada di Sidoarjo Utara)”**. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Untuk mewujudkan skripsi ini, tidak terlepas dari pengarahan dan bimbingan serta saran dari beberapa orang-orang terdekat dan banyak pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menghantarkan segala ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Nur Laily, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya yang sangat berharga dengan sabar memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama proses menyusun skripsi ini.

4. Dian Palupi, S.E., M.S.M., selaku dosen wali SM-3 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan dan nasehat, sehingga penulis bisa menempuh pendidikan dibangku perkuliahan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan mendidik peneliti dalam penyusunan skripsi ini dengan melalui bangku perkuliahan, serta staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah membantu dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain – lain.
6. Perusahaan Lazada atas kesempatannya dalam melaksanakan penelitian ini.
7. Kepada kedua Orang Tua saya, Bapak Suharno dan Ibu Siti Rukayah atas segala bentuk kasih sayang, cinta, semangat, perhatian dukungan serta doanya yang tiada henti untuk mendoakan anaknya, yang selama ini memberikan semua yang saya butuhkan baik materi maupun non materi yang sangat berguna bagi saya dalam menempuh pendidikan.
8. Semuapihak yang tidakdapatdisebutkansatupersatunamanya, yang telahtulus memberikan dukungan serta memberikanbantuan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga harapan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 11 Maret 2023



**DAFTAR ISI**

HALAMAN SAMPEL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPEL DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Ruang Lingkup .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Teoritis.....	11
2.1.1 Rating .....	11
2.1.2 Online Customer Review .....	14
2.1.3 Minat Beli.....	18
2.1.4 Trust.....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	27

2.4	Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4.1	Pengaruh <i>Rating</i> terhadap Minat Beli .....	28
2.4.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap minat beli .....	29
2.4.3	Pengaruh <i>Rating</i> terhadap <i>Trust</i> .....	30
2.4.4	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	31
2.4.5	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Beli.....	32
2.4.6	Pengaruh <i>Rating</i> Terhadap Minat Beli Melalui <i>Trust</i> .....	33
2.4.7	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli Melalui <i>Trust</i> .....	34
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Jenis Penelitian Dan Gambaran Dari Populasi Penelitian .....	36
3.1.1	Jenis Penelitian .....	36
3.1.2	Gambaran Dari Populasi Penelitian.....	36
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.2.1	Penentuan Jumlah Anggota Sampel .....	37
3.2.2	Teknik Sampling .....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Jenis Data.....	38
3.3.2	Sumber Data .....	39
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1	Variabel Penelitian .....	41
3.4.2	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5	Teknik Analisis Data .....	46
3.5.1	Partial Least Square (PLS) .....	46
3.5.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	47
3.5.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	49
3.5.4	Uji Hipotesis (Uji t).....	49
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	50
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50

4.1.2	Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	52
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden .....	52
4.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2	Analisis Data.....	59
4.2.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	60
4.2.2	Model Struktural (Inner Model) .....	65
4.2.3	Uji Hipotesis .....	69
4.3	Pembahasan .....	71
4.3.1	<i>Rating</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	71
4.3.2	<i>Online Customer Review</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli	72
4.3.3	<i>Rating</i> Berpengaruh Terhadap <i>Trust</i> .....	73
4.3.4	<i>Online Customer Review</i> Berpengaruh Terhadap <i>Trust</i> .....	74
4.3.5	<i>Trust</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	75
4.3.6	<i>Rating</i> Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Minat Beli Melalui <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	76
4.3.7	<i>Online Customer Review</i> Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Minat Beli Melalui <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> ....	78
<b>BAB 5</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3	Saran .....	81
JADWAL	PENELITIAN .....	83
DAFTAR	PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN	.....	88

## DAFTAR TABEL

### Tabel Halaman

1. Penelitian Terdahulu .....	23
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Transaksi Pembelian .....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Jenis Pekerjaan.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Lama Tinggal .....	54
5. Kelas Interval .....	56
6. Tanggapan Responden Terhadap <i>Rating</i> .....	56
7. Tanggapan Responden Terhadap <i>Online Customer Review</i> .....	57
8. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	58
9. Tanggapan Responden Terhadap <i>Trust</i> .....	59
10. Nilai <i>Outer Loading</i> .....	61
11. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	62
12. Nilai AVE .....	63
13. Nilai Composite Realibility .....	64
14. Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	65
15. <i>Original Sample</i> Pengaruh Langsung .....	66
16. <i>Original Sample</i> Pengaruh Tidak Langsung .....	68
17. Nilai R-Square.....	69
18. Uji Hipotesis .....	70

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar Halaman

1. Daftar Pengunjung *E-Commerce* Pada Tahun 2022 .....2
2. Contoh *Rating* dan *Online Customer Review* Pada Lazada .....4
3. Kerangka Konseptual.....27
4. Jumlah *Rating*, *Review* dan Unduhan Lazada di Google Play Store .....51



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran Halaman

1. Kuesioner .....	88
2. Tabulasi Data .....	93
3. Data Nama Responden.....	97
4. Model Pengukuran (Outer Model).....	100
5. Model Struktural (Inner Model).....	104
6. Surat Tugas Bimbingan Skripsi .....	106
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	107
8. Surat Pernyataan Penyebaran Kuesioner .....	108
9. Surat Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	109
10. Sertifikat Hasil Penelitian Seminar Ekuitas .....	110
11. Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	111
12. Hasil Plagiasi .....	112