

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH  
DI SITUS BELANJA *ONLINE SHOPEE* DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**SHELOMITHA KUMALA MAWARDHANY**

**19012010374/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2025**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH  
DI SITUS BELANJA *ONLINE SHOPEE* DI SURABAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh:

SHELOMITHA KUMALA MAWARDHANY

19012010374/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2025**

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH  
DI SITUS BELANJA *ONLINE SHOPEE* DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

**Shelomitha Kumala Mawardhany**  
**19012010374/FEB/EM**

Telah Dipertahankan Dihadapan  
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal : 11 Maret 2025

Pembimbing Utama



**Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.**  
**NIP. 196708182021211001**

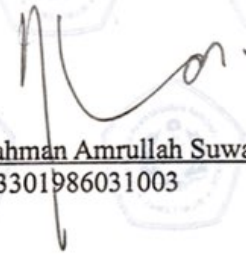
Tim Penguji

Ketua



**Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si.**  
**NIP.197006202021212001**

Anggota



**Drs. Ec. Rahman Amrullah Suwaidi, M.S.**  
**NIP.196003301986031003**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.**  
**NIP.196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shelomitha Kumala Mawardhany

NPM : 19012010374

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah di Situs Belanja *Online* Shopee di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Maret 2025

Yang Menyatakan



Shelomitha Kumala Mawardhany

# **PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK WARDAH DI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE DI SURABAYA**

**Oleh:**

**SHELOMITHA KUMALA MAWARDHANY**  
**19012010374/FEB/EM**

## **ABSTRAK**

Saat ini produk perawatan kulit dan tubuh menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat karena digunakan untuk menunjang penampilan agar tampak lebih menarik. Hal ini turut mendorong tumbuhnya industri perawatan tubuh, contohnya kosmetik di Indonesia. Salah satu merek yang tengah digemari oleh masyarakat adalah Wardah. Berikutnya, Shopee merupakan situs e-commerce kategori marketplace dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Berbelanja melalui platform marketplace atau e-commerce sangat efektif dan tidak memerlukan kontak mata secara langsung ditambah lagi pembayarannya yang mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Online Customer Review (OCR) dan promosi terhadap minat beli produk kosmetik Wardah pada situs belanja online Shopee di Surabaya. Data penelitian merupakan data primer dari kuesioner dan data sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Pengumpulan data menggunakan Google Form dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah bootstrapping dengan menggunakan SMARTPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Online Customer Review (OCR) berpengaruh positif terhadap minat beli dan promosi berpengaruh positif terhadap minat beli.

***Kata Kunci:*** *Online Customer Review, Promosi, Niat Beli*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang sudah menyajikan rahmat serta karunia-Nya yang berlimpah sehingga penulis bisa menyelesaikan usulan riset (penelitian) berikut dengan judul **“Pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah di Situs Belanja *Online Shopee* di Surabaya”**. Penulisan riset (penelitian) berikut disusun guna memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 serta guna mendapatkan gelar sarjana Manajemen di Fakultas EKONOMI DAN BISNIS Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.

Penyusunan usulan riset (penelitian) berikut bisa berjalan dengan baik atas bantuan bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku Dekan Fakultas EKONOMI DAN BISNIS Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas EKONOMI DAN BISNIS UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang sudah menyajikan pengarahan maupun bantuan dengan cara tulus serta penuh kesabaran dalam penyusunan usulan riset (penelitian) berikut.

4. Bapak serta Ibu dosen penguji yang sudah meluangkan waktu guna menyajikan saran serta masukan berguna bagi penulis.
5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa menyajikan doa serta dukungan baik moral maupun material kepada penulis.
6. Farah, Attia, serta Yvone yang selalu menyajikan doa serta dukungan yang tulus kepada penulis.
7. Sahabat serta teman penulis yang senantiasa membantu, menghibur, serta menyajikan dukungan kepada penulis.

Selama prosedur penulisan usulan riset (penelitian) berikut, penulis menyadari bahwasannya masih banyak perbaikan serta koreksi guna disempurnakan. Oleh sebab itu saran serta kritik yang bersifat membangun amat diharapkan penulis supaya lebih baik dalam penyusunan usulan riset (penelitian) berikut. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 09 September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>iii</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktik.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	18
2.2.3 <i>Online Customer Review</i> .....	20
2.2.4 Promosi .....	21
2.2.5 Minat Beli .....	23
2.3 relasi Antar Variabel.....	24
2.3.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap minat beli.....	24
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap minat beli .....	25
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
2.5 Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.1.1 Variabel Independen (X) .....	28
3.1.2 Variabel Dependen (Y).....	30



3.1.3 Pengukuran Variabel .....	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi .....	32
3.2.2 Sampel .....	32
3.3 Teknik Pengumpulan data .....	33
3.3.1 Jenis Data .....	33
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4 Teknik Analisa dan Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Profil Wardah .....	40
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden .....	43
4.3.1 Deskripsi Responden di <i>Online Customer Review</i> .....	44
4.3.2 Deskripsi Responden di Promosi .....	45
4.3.3 Deskripsi Responden di Minat Beli .....	46
4.4 Analisis Data .....	47
4.5 Pembahasan .....	58
4.5.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap minat beli .....	58
4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap minat beli .....	61
<b>BAB V .....</b>	<b>65</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 2 .....</b>	<b>85</b>
<b>TABULASI DATA KUESIONER KARAKTERISTIK RESPONDEN .....</b>	<b>85</b>

<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>92</b>
<b>DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>97</b>
<b>HASIL PROFIL RESPONDEN .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN 5.....</b>	<b>98</b>
<b>HASIL TANGGAPAN RESPONDEN PER VARIABEL .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN 6.....</b>	<b>103</b>
<b>HASIL <i>PARTIAL LEAST SQUARE</i>.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran .....	32
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4. 3 Kategori Rata-Rata dari Skor Interval.....	44
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	45
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	46
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	47
Tabel 4. 7 Nilai Outer Loadings (Mean, STDEV, P-Values).....	48
Tabel 4. 8 Nilai Cross Loading .....	50
Tabel 4. 9 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 11 Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	54
Tabel 4.12 Nilai Q-Square ( $Q^2$ ).....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness of Fit.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata – Rata waktu yang digunakan orang Indonesia di Internet.....	2
Gambar 1. 2 total Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)* .....	3
Gambar 1. 3 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 <i>Top 7 Brand Skincare</i> Lokal yang Dikenal .....	7
Gambar 1. 5 Tampilan Shopee Official Wardah .....	8
Gambar 1. 6 <i>Bad Online Customer Review</i> Shopee Wardah .....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	27
Gambar 3. 2 Diagram Jalur PLS .....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	47
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i> .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner riset (penelitian)

Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden

Lampiran 3 Deskripsi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Profil Responden

Lampiran 5 Hasil Tanggapan Responden Per Variabel

Lampiran 6 Hasil Partial Least Square (PLS)