

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, KUALITAS WEBSITE,
DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT BELI DI
SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD KAISAR AQSATA NUGROHO

21012010352/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, KUALITAS WEBSITE,
DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT BELI DI
SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

MUHAMMAD KAISAR AOSATA NUGROHO
21012010352/FEB/EM

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

2025

SKRIPSI

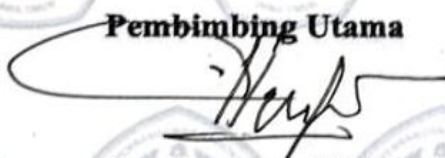
**PENGARUH INFLUENCER ENDORSEMENT, KUALITAS WEBSITE,
DAN CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT BELI DI
SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

Muhammad Kaisar Aqsata Nugroho
21012010352/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: 7 November 2025

Pembimbing Utama


Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd
NIPPPK.197006252021211003

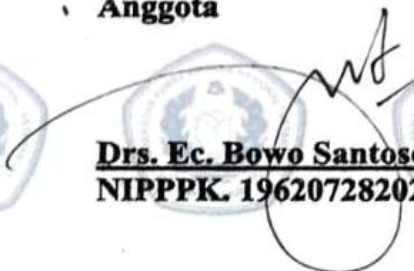
Tim Penguji Ketua


Dra. Endang Iryanti, MM., CHRM
NIP. 196201081990032001

Pembimbing Kedua


Nurkholish Majid, S.E., M.M.
NIP. 199209282024061002

Anggota


Drs. Ec. Bowo Santoso, M.M., CHRM
NIPPPK. 196207282021211001

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Kaisar Aqsata Nugroho
NPM : 21012010352
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 November 2025

Yang Menyatakan



Muhammad Kaisar Aqsata Nugroho
NPM. 21012010352

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, serta shalawat dan salam yang tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Berekat ridha dan berkah darinya, saya dapat membuat proposal penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Influencer Endorsement, Kualitas Website, Dan Customer Rating Terhadap Minat Beli Di Situs Belanja Online Lazada Di Surabaya”**.

Tujuan utama pengajuan proposal ini adalah sebagai syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan tingkat Sarjana pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa dukungan, bimbingan, dan motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, melalui halaman ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya tercinta yang tak henti mengucapkan doa, memberikan dukungan moral maupun materiil kepada penulis.
2. Bapak Drs. Zawawi, SE, MM, M.Pd selaku Dosen Pembimbing 1 saya selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Nurkholish Majid, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 saya selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman saya, terutama Terkelupas yang telah mendukung dalam proses pengerjaan proposal skripsi ini.

Terima kasih kepada pihak yang turut mendukung dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini. Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan proposal ini

tentunya belum sempurna, sehingga masih diperlukan saran dan kritikan untuk penulis agar penelitian ini menjadi sempurna dan lebih baik. Semoga penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi seluruh pihak.

Surabaya, 09 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSATAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Manajemen Pemasaran	13
2.2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.2. Influencer Endorsement.....	15
2.2.2.1. Definisi Influencer Endorsement	15
2.2.2.2. Tujuan Influencer Endorsement	15
2.2.2.3. Indikator Influencer Endorsement	16
2.2.3. Kualitas Website	17
2.2.3.1. Pengertian Kualitas Website.....	17
2.2.3.2. Indikator Kualitas Website	18
2.2.4. Customer Rating	19
2.2.4.1. Pengertian Customer Rating	19
2.2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Rating.....	19
2.2.4.3. Indikator Customer Rating	20
2.2.5. Minat Beli	21

2.2.5.1. Definisi Minat Beli	21
2.2.5.2. Faktor-Faktor Minat Beli	22
2.2.5.3. Indikator-Indikator Minat Beli	24
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1. Hubungan Influencer Endorsement Terhadap Minat Beli	25
2.3.2. Hubungan Kualitas Website Terhadap Minat Beli	26
2.3.3. Hubungan Customer Rating Terhadap Minat Beli	27
2.4. Kerangka Berpikir	28
2.5. Hipotesis	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN	29
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1. Variabel Independen (X)	29
3.1.1.1. Influencer Endorsement (X1)	30
3.1.1.2. Kualitas Website (X2)	30
3.1.1.3. Customer Rating	31
3.1.2. Variabel Dependen (Y)	32
3.1.2.1. Minat Beli	32
3.1.3. Pengukuran Variabel	33
3.2. Teknik Penentuan Populasi	34
3.2.1. Populasi	34
3.2.2. Sampel	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1. Jenis Data	36
3.3.2. Metode Pengumpulan Data	37
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.4.1. Uji Validitas	37
3.4.2. Uji Realibilitas	38
3.5. Teknik dan Uji Hipotesis	39
3.5.1. Teknik Analisis	39
3.5.2. Cara Kerja PLS	40
3.5.3. Langkah-Langkah PLS	41

3.5.4. Asumsi PLS	46
3.5.5. Ukuran Sampel.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1. Gambaran Umum E-commerce Lazada.....	47
4.2. Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1. Karakteristik Responden	48
4.2.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	50
4.2.3. Deskripsi Variabel Kualitas Website	52
4.2.4. Deskripsi Variabel Rating.....	54
4.2.5. Deskripsi Variabel Minat Beli	55
4.3. Analisis Data	57
4.3.1. Outer	57
4.3.2. Inner Model.....	63
4.4. Pembahasan.....	65
4.4.1. Pengaruh Influencer Endorsement Terhadap Minat Beli.....	65
4.4.2. Pengaruh Kualitas Website Terhadap Minat Beli.....	66
4.4.3. Pengaruh Customer Rating Terhadap Minat Beli	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penggunaan Internet Pada Tahun 2024.....	2
Tabel 1. 2 Top Brand Index Situs <i>E-commerce</i> Indonesia Tahun 2021-2024	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 2 karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Endorse Influencer	50
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Repsonden Variabel Kualitas Pembelian.....	52
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Rating	54
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	55
Tabel 4. 7 Outer Loading	58
Tabel 4. 8 Cross Loading	60
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4. 10 Composite Realibility	62
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlation	62
Tabel 4. 12 R-Square.....	63
Tabel 4. 13 Path Coefficients	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Review dan Rating Pengguna Lazada.....	6
Gambar 3.1 Diagram Jalur PLS.....	43
Gambar 4. 1 Outer Model	57

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, KUALITAS WEBSITE,
DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT BELI DI
SITUS BELANJA ONLINE LAZADA DI SURABAYA**

Oleh :

Muhammad Kaisar Aqsata Nugroho
21012010352/FEB/EM

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh endorse influencer, kualitas website, dan rating pelanggan terhadap minat beli konsumen pada situs belanja online Lazada di Surabaya. Dalam era digital yang semakin berkembang, e-commerce menjadi platform belanja yang sangat diminati, terutama oleh generasi muda. Oleh karena itu, Lazada perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat beli penggunanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 102 responden berusia 18 tahun ke atas yang berdomisili di Surabaya dan telah menggunakan Lazada. Analisis data dilakukan dengan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa endorse influencer, kualitas website, dan rating pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku e-commerce, khususnya Lazada, meningkatkan kerja sama dengan influencer, memperbaiki kualitas website, serta menonjolkan rating pelanggan sebagai strategi untuk menarik minat beli konsumen.

Kata Kunci: Influencer Endorsement, Kualitas Website, Customer Rating, Minat Beli, Lazada