

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND TRUST* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI BOTOL
STEINLESS ROSCA PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)**

SKRIPSI



OLEH
FIFI ALAIDA YAHYA
NPM.22042010089

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
2026**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND TRUST* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI BOTOL
STEINLESS ROSCA PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI



OLEH
FIFI ALAIDA YAHYA
NPM.22042010089

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND TRUST* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI BOTOL STEINLESS ROSCA PADA *E-COMMERCE SHOPEE* (Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh:

FIFI ALAIDA YAHYA
NPM. 22042010089

Menyetujui

Pembimbing

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NIPPPK. 197712042025211022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND TRUST* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI BOTOL STEINLESS ROSCA PADA *E-COMMERCE SHOPEE* (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)

Disusun Oleh:

FIFI ALAIDA YAHYA
NPM. 22042010089

**Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 28 Agustus 2026**

Menyetujui

Pembimbing Utama

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NIPPPK. 197712042025211022

Tim Penguji
1. Ketua

Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001
2. Sekretaris

Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007
3. Anggota

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NIPPPK. 197712042025211022

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fifi Alaida Yahya
NPM : 22042010089
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah (Skripsi/~~Thesis~~/~~Disertasi~~)* 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 ditemukan indikasi plagiasi pada Skripsi/~~Thesis~~/~~Disertasi~~ 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, 28 Agustus 2026
Yang Membuat Pernyataan



Fifi Alaida Yahya
NPM. 22042010089

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-NYA yang melimpah, sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyusun proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Online Customer Review, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Botol Stainless Rosca Pada E-commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)”**

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku dosen pembimbing penulis yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan juga motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan juga mendukung dalam menyelesaikan proposal ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Progra Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan doa, Motivasi, dukugan, serta semangat kepada penulis.

5. Teman – teman yang menemani saya dalam menyusun Proposal skripsi (Rifanda, Nabela, Devi, Jurycha, dan Krisna) yang selama ini membersamai penulis dalam Menyusun proposal ini.
6. Teman-teman seperjuangan saya yang telah menemani saya selama menjalani perkuliahan (Roro, Joy, Greta, dan Dian)
7. Teman-teman Seperjuangan penulis di Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2022.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat dan juga kontribusi bagi semua pihak. Sekian dari penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2. Online Customer Review.....	19
2.2.3 Brand Trust	24
2.2.4 Kualitas Produk	26
2.2.5 Minat Beli	30
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.4 Kerangka berpikir.....	34
2.5. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Definisi Oprasional Variabel	38

3.2.2 Pengukuran Variabel.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan data	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sample	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Jenis Data.....	44
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4 Teknik Pengujian Instrumen.....	46
3.4.1 Uji Validitas.....	46
3.4.2 Uji Reliabilitas	46
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.5 Uji Hipotesis.....	51
3.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	51
3.5.2 Uji Parsial (Uji t)	51
3.6 Jadwal Penelitian	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.1.2 Penyajian Data	56
4.2.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.2.5 Uji Hipotesis	82
4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Pengaruh Online Customer Review, Brand Trust, dan kualitas Produk Secara Simultan terhadap Minat beli Konsumen	87
4.3.2 Pengaruh Online Customer Review Secara Parsial Terhadap Minat beli Kosumen	88

4.3.3 Pengaruh Brand Trust (X2) Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsuen	90
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X3) Secara parsial terhadap Minat beli konsumen	91
BAB V	93
PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Indeks Botol Stainless Steel 2025- 2035	2
Gambar 1. 2 Contoh Desain Produk Botol Stainless Rosca.....	3
Gambar 1. 3 Diagram Penggunaan E-Commerce 2025	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Variasi Botol Stainless Rosca	55
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	75
Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	77
Gambar 4. 4 Hasil Uji Parsial F	83
Gambar 4. 5 Hasil Uji Parsial T (X1)	85
Gambar 4. 6 Hasil Uji Parsial T (X3)	86
Gambar 4. 7 Hasil Uji Parsial T Variabel X3	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Stainless Steel Pada E-Commerce Shopee	5
Tabel 1. 2 Hasi Pre-Survey Minat Beli Botol Stainless Rosca Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional	38
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Variabel	41
Tabel 3. 3 Tabel Jadwal Penelitian	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Botol Steiness Rosca.....	60
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Variabel Online Custmer Review (X1)	61
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Dari Variabel Brand Trust (X2).....	64
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3)	67
Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden Minat Beli (Y).....	70
Tabel 4. 9 Tabel Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4. 10 Hasil Data Reabilitas.....	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolomogorov-Smirnov (K-S)	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolineritas	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi r^2	81
Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji F)	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial T.....	84
Tabel 4. 16 Hasil Parsial T (X1)	85

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Online Customer Review, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli botol stainless steel Rosca di Shopee, pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Di era digitalisasi penyebaran trend kini menyebar luas, terutama pada kampanye “zero waste” yang kini menjadi trend di kalangan generasi muda. Dengan adanya trend zero waste ini maka, peralihan botol, dan lebih menggunakan botol *reusable* seperti, botol *steinless steel*. kondisi ini mendorong prefrensi minat beli konsumen dalam memilih menggunakan botol *steinless steel*, yang dimanaa dalam menentukan minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh online customer review, harga, dan kualitas produk dalam menentukan minat beli konsumen pada botol *steinless steel*. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kuantitatif dengan menggunakan software IBM SPSS Versi 27. Populasi jumlah responden sebanyak 172. Hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan merek dan kualitas produk sebagai pendorong utama minat beli, sementara ulasan pelanggan belum cukup kuat memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, Harga, dan kualias produk mempengaruhi minat beli konsumen. namun, pada indikator online customer review belum cukup mempengaruhi minat beli konsumen pada botol stainless steel Rosca pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur.

Kata Kunci: Online Customer Review, Brand Trust, Kualitas Produk, Minat Beli, E-commerce

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of online customer reviews, brand trust, and product quality on the purchase intention for Rosca stainless steel bottles on Shopee among students at UPN “Veteran” East Java. In the digital age, trends are spreading rapidly, particularly the “zero waste” movement, which has become a trend among the younger generation. With this “zero waste” trend, there has been a shift away from single-use bottles toward the increased use of reusable bottles, such as stainless steel bottles. This situation drives consumers’ purchasing preferences toward stainless steel bottles, where consumer purchase intent can be influenced by online customer reviews, price, and product quality in determining their interest in purchasing stainless steel bottles. This study employed a quantitative associative method using IBM SPSS Version 27 software. The population consisted of 172 respondents. The results of this study indicate that brand trust and product quality are the primary drivers of purchase intent, while customer reviews do not yet have a strong enough influence on purchasing decisions. Thus, price and product quality influence consumer purchase intent. However, the online customer review indicator does not yet sufficiently influence consumer purchase intent for Rosca stainless steel bottles among students at UPN “Veteran” East Java.

Keywords: *Online Customer Reviews, Brand Trust, Product Quality, Purchase Intent, E-commerce*