

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, EKSPETASI
KONSUMEN DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA *MARKETPLACE SHOPEE* STUDI
KASUS PELANGGAN ANGGOTA ASRAMA
PUTRI YOSEPHA MERDEKA
KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH

APRILIANI ROSMINDA DEMANG
NIM : 321 17 071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, EKSPETASI KONSUMEN
DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
MARKETPLACE SHOPEE STUDI KASUS PELANGGAN
ASRAMA PUTRI YOSEPHA MERDEKA
KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh :

Nama : Apriliani Rosminda Demang

Nim : 32117071

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

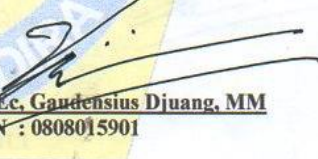
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Simon Sia Niha SE, M.Si
NIDN : 0818116701


Drs. A.C. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901

Kupang 2021
Ketua Program Studi Manajemen


Rosadafina P. S. SE, MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 22 Desember 2021
Jam : 11.00 – 13.00 Wita
Tempat : Ruang B111
Atas Nama : Apriliani Rosminda Demang
Nomor Registrasi : 32117071
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Dr. Simon Sia Niha SE, M.Si
2. Sekretaris : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM
3. Penguji I : Anggraeny Paridy, SE M.Si
4. Penguji II : Rosadlima Tisu, SE, MM
5. Penguji III : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Jou Sawa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua
Program Studi Manajemen

Rosadlima Tisu, SE, MM
NIDN : 082507830

MOTTO

Masa Depan Sungguh Ada Dan Harapanmu

Tidak Akan Hilang (Amsal 23:18)

PERSEMBAHAN

Orang tua tercinta Bapak Ida Oktovianus Demang, Mama Maria Gorethi Nahak, Adik Juandri Inyo Demang dan Adik Winner Inzagi Demang yang selalu dengan tulus membiayai studi, memberikan cinta, doa, nasihat, dan motivasi selama saya dalam bangku studi sampai penyelesaian penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat yang diberikan-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review*, Ekspetasi Konsumen Dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Pada *Marketplace Shopee* Studi Kasus Pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kota Kupang”** merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta seluruh staf, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan di Program Studi Manajemen.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan perhatian, dukungan dan motivasi selama mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan serta perbaikan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si Sebagai Pembimbing I dan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM sebagai Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi, tenaga dan telah meluangkan waktu selama penulisan skripsi hingga selesai.
5. Segenap Dosen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan baik teori maupun praktis yang sangat berharga selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Angel Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira dan segenap staf Tata Usaha, yang telah memberikan pelayanan administrasi selama perkuliahan
7. Orang tua tercinta Bapak Ida Oktovianus Demang, Mama Maria Gorethi Nahak, Adik Juandri Inyo Demang dan Adik Winer Inzagi Demang yang selalu membiayai studi, memberikan cinta, doa, nasihat, dan motivasi selama dalam bangku studi dan penyelesaian penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017, Mada, Eni, Evny, Indha, Cici, Irma, Caca, Wanthi, Ratna, Ria Mali yang telah memberi semangat dan setia mendukung selama studi dan penulisan skripsi ini.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Sekian dan terima kasih.

Kupang, Desember 2021

Penulis

ABSTRAK

Apriliani Rosminda Demang (32117071) dengan judul Penelitian “**Pengaruh Online Customer Riview, Ekspetasi Konsumen Dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Studi Kasus Pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kota Kupang**”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M. Si sebagai pembimbing I dan Bapak Drs, Ec, Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing II.

Marketplace shopee merupakan salah satu situs jual beli secara *online* yang menjual berbagai merek produk apa saja yang ada di Kota Kupang. *Marketplace shopee* banyak digunakan oleh para konsumen terkhususnya kaum hawa yang ingin memakai produk kekinian. Akan tetapi dari segi pembelian di *marketplace shopee* pada Anggota Asrama Putri Yosepha Per Bulan mulai dari Bulan Januari sampai pada Bulan Mei pada tahun 2021 mengalami fluktuasi. Masalah dalam penelitian ini 1). Bagaimana gambaran *online customer review*, ekspetasi konsumen, iklan dan minat beli ulang *marketplace shopee* pada pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kupang? 2). Apakah *online customer review*, ekspetasi konsumen, dan iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang *marketplace shopee* pada pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kupang? 3). Apakah *online customer review*, ekspetasi konsumen dan iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang *marketplace shopee* pada Anggota Asrama Putri Yosepha Merdeka Kupang? Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kupang yang berbelanja pada *marketplace shopee*, sampel sebanyak 55 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil analisis Deskriptif diperoleh jawaban responden terhadap variabel *online customer review* sebesar 69% dengan kategori cukup baik, variabel ekspetasi konsumen sebesar 71,33% dengan kategori baik dan variabel iklan sebesar 74% dengan kategori baik dan variabel minat beli ulang sebesar 76,5% dengan kategori baik.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 0,009 X1 + 0,847 X2 + 0,007 X3$. Hasil uji t menunjukkan bahwa *online customer review* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang, ekspetasi konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, iklan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil dari koefisien determinasi (R) = 84,5% dipengaruhi oleh variabel minat beli ulang yang merupakan kontribusi dari variabel *online customer review*, ekspetasi konsumen dan iklan, sedangkan yang lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut disarankan untuk meningkatkan minat beli ulang, maka *marketplace shopee* perlu lebih memperhatikan *online customer review* agar ulasan dari calon pembeli tidak melihat *review* yang jelek akan tetapi *review* yang ditampilkan selalu menarik perhatian pelanggan dari *marketplace shopee* ekspetasi konsumen juga perlu lebih diperhatikan agar harapan dan keinginan dari pelanggan yang berbelanja pada *marketplace shopee* tidak kecewa dengan produk yang sudah mereka beli pada *marketplace shopee* maka itu pelanggan selalu melihat kembali pada produk yang ditampilkan shopee harus sesuai dengan keinginan pelanggan iklan lebih menambah frekuensi penayangan sehingga pelanggan *marketplace shopee* lebih menghayal terhadap produk-produk yang dijual pada *marketplace shopee* dengan meningkatkan ekspetasi dari seorang konsumen terhadap produk yang akan dibelinya.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, Ekspetasi Konsumen, iklan dan Minat beli ulang

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Perilaku konsumen.....	16
C. Minat Beli Ulang.....	24
D. <i>Online Customer Review</i>	28
E. Ekspetasi Konsumen	31
F. Iklan.....	34

G. Marketplace	37
H. Penelitian Terdahulu	38
I. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Populasi Dan Sampel	45
C. Jenis Data.	46
D. Metode Pengumpulan Data	47
E. Variabel Definisi Operasional.....	48
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
G. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Marketplace Shopee.....	60
B. Karakteristik Responden	61
C. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	63
D. Analisis Data	68
E. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Persentase Pengguna <i>Marketplace</i> Tahun 2019-2020.....	6
Tabel 1.2 Data Pembelian <i>Marketplace Shopee</i> Pada Anggota Asrama	7
Tabel 1.3 Data Pembelian Anggota Asrama Melalui <i>Shopee</i>	8
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i>	10
Tabel 3.1 Variabel Definisi Operasional Indikator dan Skla Pengukuran .	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pekerjaan ...	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Item Kuesioner <i>Online Customer Review</i>	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validasi Item Kuesioner Ekspetasi Konsumen	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi Item Kuesioner Iklan	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Validasi Item Kuseioner Minat Beli Ulang.....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.9 Kategori Gambaran <i>Online Customer Review</i>	68
Tabel 4.10 Kategori Variabel Ekspetasi Konsumen	69
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Variabel Iklan	70
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Minat Beli Ulang	71
Tabel 4.13 Uji Linearitas Minat Beli Ulang Terhadap <i>Online Customer Review</i>	74
Tabel 4.14 Uji Linearitas Minat Beli Ulang Terhadap Ekspetasi Konsumen..	74
Tabel 4.15 Uji Linearitas Minat Beli Ulang Terhadap Iklan	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	79

Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Parsial (Uji t)	81
Tabel 4.19 Hasil Simultan (Uji f).....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	72
Gambar 4.2 Uji Normalprobability	73
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Hasil Uji Deskriptif	103
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....	117
Lampiran 6 Uji Linearitas	120
Lampiran 7 Hasil Uji Multilinearitas	124
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	124
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	126
Lampiran 10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	128
Lampiran 11 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	128
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	129