

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASING DECISION* MELALUI *TRUST* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK SKINTIFIC DI TIKTOK SHOP

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN



APRILIA CANTIKA DWI PUTRI

NPM 19210125

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Aprilia Cantika Dwi Putri**
NPM : **19210125**
Judul : ***Pengaruh Online Customer Rating Dan Online
Customer Review Terhadap Purchasing
Decision Melalui Trust Sebagai Variabel
Intervening Pada Produk Skintific di
Tiktok Shop***

Tim Penguji:
Dosen Pembimbing

Dosen Penguji I

Dahlia, S.E., M.M

Dosen Penguji II

Wartoyo Hadi, S.E, M.M

**Dr. Syarief Gerald, S.E, M.M,
M.Si, M.Ak**

Mengetahui:

Ketua Prodi

DEKAN

**Yustiana Wardhani,
S.Hut., M.M**

**Yustiana Wardhani,
S.Hut., M.M**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, Shalawat dan salam tak lupa pula saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Karena dengan anugrah dan karunia hidayah, rahmat taufiq-Nya yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya serta yang waktu dan kesempatan sehingga penyusunan Proposal yang berjudul “Pengaruh *Online Costumer Rating* dan *Online Costumer Review* Terhadap *Purchasing Decision* Melalui *Trust* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Produk Skintific Di TikTok Shop” ini bisa terselesaikan dengan baik.

Proposal ini dibuat melalui proses pemikiran dan tahap demi tahap sehingga saya dapat menyelesaikannya. Saya menyadari sepenuhnya bahwa Proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan penyusunan Skripsi selanjutnya. Besar harapan saya kiranya Proposal ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Saya pun mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan dan Ketua Prodi

Manajemen Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

4. Ibu Dahlia, S.E., M.M., CGRM., CAP., CNPS,. selaku pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, ikhlas, memberikan arahan, dan motivasi kepada peneliti.
5. Orangtua saya atas segala doa, kasih sayang, dukungan, motivasi serta pengorbanan yang diberikan tulus selama ini.
6. Keluarga dan orang terdekat saya yang selalu memotivasi serta memberikan dukungan untuk bisa menyusun skripsi ini.
7. Para dosen dan staff Universitas Binaniaga Indonesia yang berjasa dalam membimbing peneliti selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
8. Seluruh rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Besar harapan saya kiranya Proposal ini dapat bermanfaat khususnya bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan Pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang.

Bogor, Maret 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	2
A. Latar Belakang	2
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah.....	15
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Manfaat Penelitian.....	18
G. Sistematika Penelitian	18
BAB II	21
A. Kajian Teori	21
B. Peneliti Terdahulu.....	34
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III	48
A. Metode Penelitian.....	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	49
C. Variabel Penelitian.....	49
D. Operasional Variabel	51
E. Populasi dan Sampel	53
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Instrumen Penelitian.....	56
H. Teknik Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif.....	57
2. Pengukuran SEM-PLS	58

BAB IV	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
B. Pembahasan	69
BAB V	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Pengguna TikTok Global (2024)	2
Tabel 2 Transaksi TikTok Shop Global (2024)	3
Tabel 3 Hasil Prasurevei Terhadap Pengguna TikTok Shop	10
Tabel 4 Peneliti Terdahulu	34
Tabel 5 Operasional Variabel	51
Tabel 6 Skala Pengukuran Berdasarkan Skala <i>Likert</i>	56
Tabel 7 Penilaian Interval Kelas	58
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 9 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 11 Distribusi Frekuensi <i>Purchasing Decision</i> (Y)	72
Tabel 12 Distribusi Frekuensi <i>Online Costumer Rating</i> (X1).....	74
Tabel 13 Distribusi Frekuensi <i>Online Costumer Review</i> (X2).....	76
Tabel 14 Distribusi Frekuensi <i>Trust</i> (Z).....	77
Tabel 15 Uji Validitas Konvergen	80
Tabel 16 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	82
Tabel 17 Uji Validitas Diskriminan.....	83
Tabel 18 Uji Reabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	85
Tabel 19 Uji Reabilitas <i>Composite Reability</i>	86
Tabel 20 Uji <i>R-Square</i>	88
Tabel 21 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect</i>	90
Tabel 22 Hasil <i>Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk Skintific	viii
Gambar 2 Top 10 <i>Brand</i> Perawatan dan Kecantikan Terbaik di <i>E-Commerce</i>	7
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4 <i>Inner Model</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 5 Logo Skintific	68
Gambar 6 <i>Outer Model</i>	79
Gambar 7 <i>Inner Model</i>	87
Gambar 8 Hasil <i>Bootstrapping</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	107
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data.....	116
Lampiran 3 Hasil <i>Outer Model</i>	126
Lampiran 4 Hasil <i>Inner Model</i>	128