



**PENGARUH *REVIEW* PRODUK TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE*
DI *MARKETPLACE***

SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh :

Mellyana Gunawati

111.21.03

Pembimbing :

Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

SURABAYA

2025

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini sebagai persyaratan kelulusan Program Studi Strata Satu Universitas Widya Kartika Surabaya. Skripsi atau Tugas Akhir ini berjudul “Pengaruh Review Produk Terhadap Minat Beli Smartphone di Marketplace” dengan baik dan tepat waktu.

Saya sadar bahwa penulisan Skripsi atau Tugas Akhir ini masih banyak ditemukan kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saya berharap adanya kritik dan saran yang membangun sehinggakan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Skripsi atau Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik karena adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah diberikan selama proses penulisan Skripsi ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya.
2. Bapak Yulius Hari, S.Kom., MBA., M.Kom. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya.
3. Ibu Dr. Melvie Paramitha, S.E., M.Si. selaku Wakil Rektor II Bidang Non Akademik Universitas Widya Kartika Surabaya.
4. Bapak Dr. Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.
5. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan, memberikan motivasi dan semangat kepada saya.
6. Bapak Diki Putra Setianto., S.M., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan semangat kepada saya.
7. Para dosen manajemen dan karyawan Universitas Widya Kartika lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

8. Orang Tua dan keluarga serta teman - teman penulis yang telah memberikan dukungan motivasi dan doa serta nasihat agar saya semangat dalam mengerjakan Skripsi atau Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Saya berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan yang lebih bagi berbagai pihak. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan dan kekurangan dari penulisan ini.

Surabaya, 23 Januari 2025

Hormat Saya,

Mellyana Gunawati



ABSTRAK

Mellyana Gunawati

Skripsi

Pengaruh Review Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Di Marketplace

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *review timeliness*, *review quantity* dan *review valence* terhadap minat beli *online smartphone* di *marketplace*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling yaitu *non-probability sampling* yang menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dengan jumlah responden yang sesuai dengan kriteria. Data responden diolah menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) yang diuji menggunakan *software SmartPLS 4*.

Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa *review timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online smartphone*, *review quantity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online smartphone*, *review valence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online smartphone*.

Kata Kunci : *Review Timeliness, Review Quantity, Review Valence* dan Minat Beli Online

UWIK

ABSTRACT

Mellyana Gunawati

Thesis

The Influence of Product Reviews on Purchase Interest in Smartphones on Marketplaces

This study aims to examine the effect of review timeliness, review quantity, and review valence on online purchase intention of smartphones in the marketplace. This research is a quantitative study using a non-probability sampling technique, specifically purposive sampling, with a total of 100 respondents. Data collection in this study was conducted through a questionnaire distributed to respondents who met the specified criteria. The collected data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) technique, tested with the SmartPLS 4 software.

The results of this study indicate that review timeliness has a positive and significant effect on online purchase intention of smartphones, review quantity has a positive and significant effect on online purchase intention of smartphones, and review valence has a positive and significant effect on online purchase intention of smartphones.

Keywords : Review Timeliness, Review Quantity, Review Valence, and Online Purchase Intention

UWIK

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Ruang Lingkup	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	15
2.2.1 Persamaan Penelitian	15
2.2.2 Perbedaan Penelitian	15
2.3 Tinjauan Pustaka	16
2.3.1 Marketplace	16
2.3.2 Perilaku Konsumen	17
2.3.3 Persepsi Resiko	18
2.3.4 Keputusan Pembelian	19
2.3.5 Minat Beli	21
2.3.6 Pemasaran Produk	23
2.3.7 <i>Review Timeliness</i>	24
2.3.8 <i>Review Quantity</i>	25
2.3.9 <i>Review Valence</i>	26
2.3.10 <i>e-WOM (Electronic Word of Mouth)</i>	26

2.4	Kerangka Penelitian	27
2.5	Hipotesis Penelitian	28
2.5.1	Pengaruh <i>Review Timeliness</i> terhadap Minat Beli <i>Online Smartphone</i>	28
2.5.2	Pengaruh <i>Review Quantity</i> terhadap Minat Beli <i>Online Smartphone</i> ..	29
2.5.3	Pengaruh <i>Review Valence</i> terhadap Minat Beli <i>Online Smartphone</i> ...	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.2.3	Teknik Sampling	34
3.3	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional	34
3.3.1	Variabel Bebas	34
3.3.2	Variabel Terikat	36
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Sumber Data.....	37
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5	Teknik Analisa Data	37
3.6	Tahapan Menggunakan <i>Path Analysis</i>	38
3.7	Evaluasi Model.....	40
3.7.1	Evaluasi outer model (Evaluasi Measurement).....	40
3.7.2	Evaluasi Inner Model (Evaluasi Model Struktural)	41
3.8	Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Deskripsi Variabel	43
4.1.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Data Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3	Data Pendapatan Responden	44
4.1.4	Data <i>Marketplace</i> Yang Digunakan Responden Untuk Belanja Dalam 1 Tahun Terakhir	45
4.2	Deskripsi Data Penelitian	46

4.2.1	Deskripsi Data Review Timeliness	46
4.2.2	Deskripsi Data <i>Review Quantity</i>	46
4.2.3	Deskripsi Data <i>Review Valence</i>	47
4.2.4	Deskripsi Data Minat Beli <i>Online</i>	48
4.3	Hasil Analisa Data	48
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.3.2	R-square	50
4.3.3	Path Coefficient.....	50
4.3.4	Model fit.....	51
4.4	Pembahasan	51
4.4.1	Pengaruh Review Timeliness terhadap Minat Beli Online Smartphone	51
4.4.2	Pengaruh Review Quantity terhadap Minat Beli Online Smartphone .	52
4.4.3	Pengaruh <i>Review Valence</i> terhadap Minat Beli <i>Online Smartphone</i> ...	54
BAB V		56
KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	56
5.2.1	Saran Akademis	57
5.2.2	Saran Praktis	57