

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CUSTOMER REVIEW DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI ULANG
CUSTOMER DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI



Nama : Rahmat Rivaldi

NIM : 43121010356

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CUSTOMER REVIEW DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI ULANG
CUSTOMER DI TOKOPEDIA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Rahmat Rivaldi

NIM : 43121010356

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmat Rivaldi

NIM : 43121010356

Progam Studi : S1 Manajemen

Menyatakan jika skripsi ini murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2025



Rahmat Rivaldi

43121010356

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : RAHMAT RIVALDI
NIM : 43121010356
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KEPERCAYAAN, CUSTOMER REVIEW DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI ULANG CUSTOMER DI TOKOPEDIA
Hasil Pengecekan Turnitin : 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 06 February 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Februari/06/0000000770/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rahmat Rivaldi
NIM : 43121010356
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Customer Review Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Customer Di Tokopedia
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255641



Scan QR or [click](#)

[here](#) to Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, *customer review*, dan gratis ongkir terhadap minat beli ulang customer di Tokopedia. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Tokopedia di Jabodetabek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 155 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipilih yakni *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian kuesioner *online* dengan menggunakan Google Form. Metode analisis data menggunakan *software* Smart Partial Least Square (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat beli ulang. *Customer review* berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat beli ulang. Gratis ongkir berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Kepercayaan, *Customer Review*, Gratis Ongkir, Minat Beli Ulang



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of trust, customer reviews, and free shipping on customer repurchase intention on Tokopedia. The population in this study were consumers who use Tokopedia in Jabodetabek. The sample used in this study was 155 respondents. The sampling technique chosen was purposive sampling. The data collection method used a survey method, with an online questionnaire research instrument using Google Form. The data analysis method used Smart Partial Least Square (PLS) software. This study proves that trust has a positive and significant effect on repurchase intention. Customer reviews have a positive and significant effect on repurchase intention. Free shipping has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: *Trust, Customer Reviews, Free Shipping, Repurchase Interest*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, karena hanya berkat kemuliaan dan karunia serta bimbingan-Nya sehingga penulis bisa menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, *Customer Review* dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Customer Di Tokopedia”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Eri Marlapa, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang bermanfaat kepada penulis demi terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari jika dalam penulisan Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si. Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang

dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah untuk Bapak/Ibu. Aamiin.

5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan semangat, do'a serta dukungan moral dan material yang tidak henti-hentinya kepada penulis serta selalu memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan apa yang menjadi impian kita ke depannya.
7. Teruntuk sahabat penulis Muhammad Shofwan Tsauri dan Pradista Marsha Salsalbilla Atmaja yang telah membantu penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari jika dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan bahkan kritik yang bisa membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap dengan tersusunnya Skripsi ini semoga bisa bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis serta semua pihak. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Hidayah, dan Kemuliaan-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 30 Juli 2025

Rahmat Rivaldi
43121010356

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Theory of Planned Behavior (TPB).....	14
3. Perilaku Konsumen	15
4. Minat Beli Ulang	16
5. Kepercayaan	18
6. Customer Review	22
7. Gratis Ongkir	25
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Pengembangan Hipotesis	40
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang.....	40

2. Pengaruh Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang	41
3. Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang.....	42
D. Kerangka Konseptual	42
1. Variabel Bebas.....	43
2. Variabel Terikat	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasional Variabel	50
D. Skala Pengukuran Variabel	54
E. Populasi serta sampel Penelitian	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif SEM PLS.....	56
2. Structural Equation Model –Partial Least Square (SEM – PLS)	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Analisis Deskriptif	63
1. Deskriptif Responden	63
2. Deskriptif Variabel	65
C. Analisis Partial Least Square	72
1. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	72
2. Pengujian Model Pengukuran (Inner Model)	82
D. Pembahasan Hasil Penelitian	86
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	86
2. Pengaruh Customer Review Terhadap Minat Beli Ulang	87
3. Pengaruh Gratis Ongkir terhadap Minat Beli Ulang	87

BAB V KESIMPULAN SERTA SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pra Survey Pada Customer Di Tokopedia.....	7
Tabel 1.2	Research Gap	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Minat Beli Ulang	50
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan.....	51
Tabel 3.3	Operasionalisasi <i>Customer Review</i>	52
Tabel 3.4	Operasionalisasi Gratis Ongkir	53
Tabel 4.1	Deskripsi Profil Responden	63
Tabel 4.2	Uji Deskriptif jawaban Kuisiomer Berdasarkan Variabel Kepercayaan.....	65
Tabel 4.3	Uji Deskriptif Jawaban Kuisiomer Berdasarkan Variabel Customer Review.....	67
Tabel 4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuisiomer Berdasarkan Variabel Gratis Ongkir.....	69
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuisiomer Berdasarkan Variabel Minat Beli Ulang.....	71
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent validity</i>	73
Tabel 4.7	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i>	75
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	77
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	79
Tabel 4.10	Hasil Uji Composite Reliability	80
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	81
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>R-square</i>	82
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>F-square</i>	83
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Q-square Predictive Relevance</i>	84
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	<i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1.2	Jumlah Kunjungan Tokopedia (2021-2025)	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	43
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian	95
Lampiran 2.	Data Hasil Penelitian	101
Lampiran 3.	Deskripsi Responden	117
Lampiran 4.	Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	118
Lampiran 5.	Hasil Uji Partial Least Square	120

