PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND AMBASSADOR,* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
(Studi pada Konsumen Somethinc *Platform* Shopee)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

NANDITA NABILA

43122010112

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND AMBASSADOR,* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI

(Studi pada Konsumen Somethinc *Platform* Shopee)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

NANDITA NABILA

43122010112

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nandita Nabila
NIM	:	43122010112
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"Pengaruh online customer review, brand ambassador, dan kualitas produk terhadap minat beli (Studi pada Konsumen Somethinc Platform Shopee)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Maret 2026



Nandita Nabila

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: NANDITA NABILA
NIM	: 43122010112
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND AMBASSADOR, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Konsumen Somethinc Platform Shopee)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan 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, 14 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/14/0000001392/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Nandita Nabila
NIM	:	43122010112
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND AMBASSADOR, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Konsumen Somethinc Platform Shopee)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Zulfitri, MP., M.M
NIDN/NUPTK: 8989090024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266253

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Online Customer Review, Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Somethinc *Platform* Shopee)".**

Penyusunan skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini, tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Zulfitri, MP, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini.
5. Bapak Chairiel Oktaviar, S.E. MM. selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberika masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dewi Murtiningsih, S.K.H., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Bapak Harefan Arief, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing serta memberikan saran, arahan, dan motivasi yang sangat membantu penulis selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.

lib.mercubuana.ac.id

8. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
9. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
10. Teristimewa, untuk kedua orang tua cinta pertama dan panutanku Ayah saya, Supriyadi dan pintu surgaku ibu Satiyah. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang terus memberikan dukungan di setiap langkah saya. Tidak lupa, kepada abang dan kaka saya yang telah menjadi sumber semangat, doa, serta dukungan moral dan material yang tiada henti, serta memberikan banyak inspirasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Teman-teman terbaik saya yaitu Cika, Maura, Della, Kasyafna, Kalyca, Tara, Cira, Dilla yang selalu memberikan semangat, dukungan, tawa, dan kebersamaan yang menyenangkan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian sangat berarti bagi penulis.
12. Tak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada Salfa Nindita atas bantuannya yang tak pernah penulis lupakan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberi semangat, dan mendukung dari kejauhan. Kehadiran kalian tetap menjadi bagian penting dalam perjalanan hingga skripsi ini terselesaikan.
13. Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus, kepada seseorang yang istimewa, yang telah memberikan doa, semangat, berkontribusi baik tenaga maupun waktu, menemani dan mendukung yang berarti sepanjang perjalanan pembuatan skripsi ini. Kehadiran dan perhatiannya menjadi salah satu sumber semangat terbesar bagi penulis.
14. Kepada teman-teman angakatan yang selalu memberikan dukungan, saling membantu, dan saling menyemangati hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, hasil

lib.mercubuana.ac.id

penelitian ini masih jauh dari sempurna dan mungkin mengandung kekurangan baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan, khususnya bagi penulis sendiri serta pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis memohon maaf dengan tulus apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan ini.

Jakarta, 19 Februari 2026

Nandita Nabila

NIM 43122010112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nandita Nabila
NIM	:	43122010112
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ***(Non-exclusive Royalty-Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 September 2026
Yang menyatakan,



Nandita Nabila

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, BRAND AMBASSADOR*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
(Studi pada Konsumen Somethinc *Platform* Shopee)

NANDITA NABILA

ABSTRAK

Penelitian ini disusun guna melihat sejauh mana *online customer review* berperan terhadap minat beli, seberapa besar peran *brand ambassador* atas minat beli, serta bagaimana kualitas produk turut memengaruhi minat beli. Riset ini termasuk jenis kausal-asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasinya mencakup seluruh konsumen maupun calon konsumen Somethinc yang pernah menyaksikan atau membaca promosi ataupun ulasan produk lewat *platform* Shopee. Pengambilan sampel dilakukan lewat teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 192 responden yang sesuai kriteria yang ditetapkan. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, sementara pengolahan datanya memakai pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Temuan riset memperlihatkan bahwa *online customer review* belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebaliknya, *brand ambassador* terbukti berpengaruh positif dan signifikan, begitu pula kualitas produk yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Somethinc.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata Kunci: Online Customer Review, Brand Ambassador, Kualitas Produk, Minat Beli.

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS, BRAND AMBASSADORS, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION
(A study of Somethinc Consumers on The Shopee Platform)

NANDITA NABILA

ABSTRACT

This study aims to examine the extent to which online customer reviews influence purchase intention, the magnitude of the brand ambassador's role in purchase intention, and how product quality affects purchase intention. This research employs a causal-associative design with a quantitative approach. The population consists of all current and potential Somethinc consumers who have viewed or read product promotions or reviews on the Shopee platform. A purposive sampling technique was used to select a sample of 192 respondents who met the established criteria. Data collection was conducted via questionnaires, and the data were analyzed using the Partial Least Squares (PLS) approach. The findings indicate that online customer reviews do not have a significant effect on purchase intention; conversely, brand ambassadors were found to have a positive and significant influence, as was product quality, which also positively and significantly affected purchase intention for Somethinc products.

Keywords: Online Customer Reviews, Brand Ambassadors, Product Quality, Purchase Interest.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 16
1.3 Tujuan Penelitian 16
1.4 Kontribusi Penelitian 16
1.4.1 Kontribusi Teoritis 17
1.4.2 Kontribusi Praktis 17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **18**
2.1 Kajian Pustaka 18
2.1.1 Manjemen Pemasaran 18
2.1.2 Perilaku Konsumen 19
2.1.3 Minat Beli 23
2.1.4 Online Customer Review 26
2.1.5 Brand Ambassador 28
2.1.6 Kualitas Produk 29

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

2.1.7 Penelitian Terdahulu 31
2.2 Hubungan antara Variabel dan Pengembangan Hipotesisnya. 34
2.2.1 Hubungan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli 34
2.2.2 Hubungan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli 34
2.2.3 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli 35
2.3 Kerangka Pemikiran 36
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 38
3.2 Desain Penelitian 38
3.3 Definisi Operasional Variabel 39
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian 39
3.4 Skala Pengukuran Variabel 43
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 44
3.5.1 Populasi Peneitian 44
3.5.2 Sampel Penelitian 44
3.6 Metode Pengumpulan Data 45
3.7 Metode Analisa Data 46
3.7.1 Cross Loading 49
3.7.2 Average Variance Extracted (AVE) 50
3.7.3 Composite Reliabelity dan Cronbach Alpha 50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 53
4.2 Statistik Deskriptif 54
4.2.1 Karakteristik Responden 54
4.2.2 Deskripsi Variabel 57
4.2.3 Analisis Data 61
4.2.4 Hasil Pengujian Nilai R-*Square* (R^2) 69
4.2.5 Hasil Pengujian Nilai F-*Square* (F^2) 70
4.2.6 Hasil Pengujian Nilai Q-*Square* (Q^2) 70
4.2.7 Uji Hipotesis 71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 73

lib.mercubuana.ac.id

4.3.1 Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli 73
4.3.2 Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli 74
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli 75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76
5.1 Kesimpulan 76
5.2 Saran 76
DAFTAR PUSTAKA 79
LAMPIRAN 91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Brand Kompetitor Skincare Terlaris di Shopee Berdasarkan Pangsa Pasar (Kuartal I 2025) 9
Tabel 1.2 Pra Survei Penelitian 14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 31
Tabel 3.1 Operasional Variabel 41
Tabel 3.2 Instrumen Skala *Likert* 43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Tabel 4.2 Karateristik Responden Menurut Usia 54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan 55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir 55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Domisili 56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan 56
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel *Online Customer Review* 57
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel *Brand Ambassador* 58
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk 59
Tabel 4. 0 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli 60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian *Convergent Validity* 61
Tabel 4.12 Hasil Pengujian *Convergent Validity* (Modifikasi) 64
Tabel 4.13 Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Cross-Loadings)* 67
Tabel 4.14 *Average Variance Extracted* (AVE) 68
Tabel 4. 15 *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha* 69
Tabel 4. 16 R-*Square* 69
Tabel 4. 17 F-*Square* 70
Tabel 4.18 Q-*Square* 70
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis 72

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif *Internet* /Sosial Media di Indonesia 2024..... 2
Gambar 1.2 *Platform* Media Sosial yang Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2024 3
Gambar 1.3 *Top Market Share Kategori Beauty & Care di E-commerce 2024* 4
Gambar 1.4 *Market Share* Penjualan Produk Somethinc Berdasarkan Platform *E-Commerce* 7
Gambar 1.5 10 *Top Brand* Perawatan dan Kecantikan Terbaik..... 8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 36
Gambar 4.1 *Outer Model* 63
Gambar 4.2 *Outer Model* (Modifikasi) 66
Gambar 4.3 Hasil Pengujian *Boostraping*..... 71

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 91
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Dan Responden..... 99
Lampiran 3 Hasil Olah Data Pls..... 129

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id