



**PENGARUH *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW*, DAN *FREE ALTERNATIVE*
TERHADAP MINAT PEMBELIAN BUKU
DI GRAMEDIA *ONLINE PLATFORM***

SKRIPSI

MIRSYA ROSIDA 2010111217

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**



**PENGARUH *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW*, DAN *FREE ALTERNATIVE*
TERHADAP MINAT PEMBELIAN BUKU
DI GRAMEDIA *ONLINE PLATFORM***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MIRSYA ROSIDA 2010111217

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mirsya Rosida

NIM : 2010111217

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Mirsya Rosida)
NIM: 2010111217

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mirsya Rosida
NIM : 2010111217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh *Search Engine Optimization*, *Online Customer Review*,
dan *Free Alternative* Terhadap Minat Pembelian Buku
di Gramedia Online Platform**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 15. Januari 2024

Yang menyatakan,



(Mirsya Rosida)
NIM: 2010111217

SKRIPSI

**PENGARUH *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *FREE ALTERNATIVE*
TERHADAP MINAT PEMBELIAN BUKU
DI GRAMEDIA *ONLINE PLATFORM***

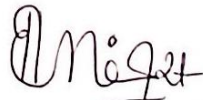
Dipersiapkan dan disusun oleh :

MIRSYA ROSIDA 2010111217

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 14 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



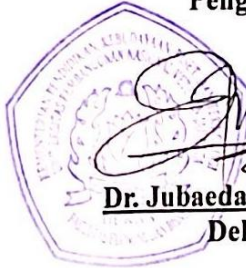

Drs. Nobelson, MM, CPM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



Dienni Ruhjatini-Sholihah, S.E., M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan



Siti Hidayati, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Januari 2024

The Influence of Search Engine Optimization, Online Customer Review, and Free Alternative on Purchase Intention of Books on Gramedia Online Platform

By Mirsya Rosida

Abstract

This research uses quantitative method with the aim of proving the influence of search engine optimization, online customer review, and free alternative on purchase intention of books on Gramedia online platform. The study sample consists of 100 active college students in DKI Jakarta in 2023 and have visited or made book purchases on the Gramedia mobile application or website. Data were collected using purposive sampling techniques and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS 3.29 software. This research obtained results that (1) search engine optimization has a positive and significant influence on purchase interest with an original sample value of 0.743; (2) online customer review has a positive and significant influence on purchase interest with an original sample value of 0.177; (3) free alternative do not influence purchase interest with an original sample value of 0.032. The Adjusted R Square result for purchase interest is 0.841, meaning that search engine optimization, online customer review, and free alternative together have a significant contribution to the purchase interest in books on the Gramedia online platform, amounting to 84.1%. Meanwhile, the remaining value of Adjusted R Square indicates that there is an influence of variables other than the three mentioned variables that is correlated with the purchase interest variable, amounting to the remaining value of 15.9%.

Keywords: *search engine optimization, online customer review, free alternative, and purchase intention*

Pengaruh *Search Engine Optimization*, *Online Customer Review*, dan *Free Alternative* Terhadap Minat Pembelian Buku di Gramedia Online Platform

Oleh Mirsya Rosida

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *search engine optimization*, *online customer review*, dan *free alternative* terhadap minat pembelian buku di Gramedia online platform. Sampel dari penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif di DKI Jakarta pada tahun 2023 yang pernah mengunjungi atau melakukan pembelian buku di aplikasi atau *website* Gramedia. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.29. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa (1) *search engine optimization* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.743; (2) *online customer review* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.177; (3) *free alternative* tidak berpengaruh terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.032. Hasil *R Square Adjusted* minat pembelian adalah 0.841 yang berarti bahwa *search engine optimization*, *online customer review*, dan *free alternative* secara bersama-sama memiliki kontribusi nyata terhadap minat pembelian buku di Gramedia online platform sebesar 84,1%. Sementara itu, sisa nilai dari *R Square Adjusted* mengindikasikan bahwa adanya pengaruh variabel lain selain dari ketiga variabel tersebut yang memiliki keterkaitan dengan variabel minat pembelian sebesar sisa nilai 15,9%.

Kata kunci: *search engine optimization*, *online customer review*, *free alternative*, dan minat pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Kamis, 14 Desember 2023:

Nama : Mirsya Rosida

No.Pokok Mahasiswa : 2010111217

Program Studi : Manajemen S.1

(PENGARUH *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *FREE ALTERNATIVE* TERHADAP MINAT PEMBELIAN BUKU DI GRAMEDIA *ONLINE PLATFORM*)

dinyatakan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM, CPM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 14 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Search Engine Optimization, Online Customer Review, dan Free Alternative Terhadap Minat Pembelian Buku di Gramedia Online Platform*”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan penulisan dari penelitian ini yaitu untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan untuk meraih gelar Sarjana Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materiil, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku Kajar Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam proses birokrasi sejak awal pendaftaran usulan penelitian hingga selesai.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga.
5. Bapak Drs. Nobelson, MM, CPM selaku ketua penguji dan Ibu Dra. Heni Nastiti, MM selaku penguji 1 yang telah memberikan kritik dan saran konstruktif kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
6. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam menyusun penelitian ini.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan doa dan dukungan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat.

Meskipun telah berupaya secara maksimal untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca dengan tujuan untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Jakarta, 15 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mirsya Rosida', is centered on the page. The signature is written in a cursive style with a large initial 'M'.

Mirsya Rosida

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4. Minat Pembelian	11
2.1.5. <i>Search Engine Optimization</i>	14
2.1.6. <i>Online Customer Review</i>	17
2.1.7. <i>Free Alternative</i>	19
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	20
2.3. Model Penelitian	28
2.4. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1. Definisi Operasional	31
3.1.2. Pengukuran Variabel	34
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	35
3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel.....	35

3.3.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1.	Jenis Data	37
3.3.2.	Sumber Data.....	38
3.3.3.	Pengumpulan Data	38
3.4.	Teknik Analisis Data	40
3.4.1.	Analisis Statistik Deskriptif	41
3.4.2.	Analisis Inferensial	42
3.4.3.	Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	52
4.2.1.	Deskripsi Data Responden.....	52
4.2.2.	Analisis Deskriptif	57
4.3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	63
4.3.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
4.3.1.1.	Uji Validitas Konvergen.....	65
4.3.1.2.	Uji Validitas Diskriminan	69
4.3.1.3.	Uji Reliabilitas	72
4.3.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
4.3.3.	Uji Hipotesis	76
4.3.3.1.	Uji t Statistik	76
4.4.	Pembahasan.....	78
4.4.1.	Pengaruh <i>Search Engine Optimization</i> Terhadap Minat Pembelian	78
4.4.2.	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Pembelian	80
4.4.3.	Pengaruh <i>Free Alternative</i> Terhadap Minat Pembelian	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		84
5.1.	Simpulan	84
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3.	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....		88
RIWAYAT HIDUP.....		93
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3. Pengukuran Variabel Pada Kuesioner	34
Tabel 4. Pengukuran Skala Likert	39
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai Index.....	42
Tabel 7. Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 8. Hasil Jawaban Responden Terhadap Minat Pembelian.....	57
Tabel 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap SEO.....	59
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap OCR.....	60
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Free Alternative	62
Tabel 12. Outer Loading Minat Pembelian	65
Tabel 13. Outer Loading Search Engine Optimization	66
Tabel 14. Outer Loading Online Customer Review	67
Tabel 15. Outer Loading Free Alternative.....	68
Tabel 16. Average Variance Extracted.....	69
Tabel 17. Cross Loadings	70
Tabel 18. Composite Reliability.....	72
Tabel 19. Cronbach Alpha.....	73
Tabel 20. Hasil R Square.....	75
Tabel 21. Hasil Q Square	76
Tabel 22. Hasil Uji t	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aktivitas Pembelian Buku Digital.....	3
Gambar 2. Grafik Jumlah Distribusi Buku di Gramedia	3
Gambar 3. Top Brand Award Jaringan Toko Buku	4
Gambar 4. Model Penelitian	30
Gambar 5. Langkah – Langkah PLS	42
Gambar 6. Inner Model	43
Gambar 7. Outer Model	44
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur.....	44
Gambar 9. Logo Gramedia.....	50
Gambar 10. Toko Buku Gramedia	51
Gambar 11. Tampilan Website Gramedia.....	51
Gambar 12. Tampilan Aplikasi Mobile Gramedia	52
Gambar 13. Responden Sebagai Pengunjung/Pembeli Buku	53
Gambar 14. Responden Sebagai Mahasiswa Aktif Tahun 2023	54
Gambar 15. Responden Berdasarkan Usia ≥ 17 Tahun.....	54
Gambar 16. Responden Berdasarkan Wilayah di DKI Jakarta	55
Gambar 17. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 18. Outer Model	64
Gambar 19. Inner Model	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	94
Lampiran 2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	99
Lampiran 3. Data Responden.....	102
Lampiran 4. Hasil dan Pembahasan.....	115
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	123