



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK  
MATAHARI DI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**CHANTIKA MELYA ESYADHA PUTRI 2210111125**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2025**



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK  
MATAHARI DI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**CHANTIKA MELYA ESYADHA PUTRI 2210111125**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Chantika Melya Esyadha Putri

NIM : 2210111125

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

Jakarta, 06 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Chantika Melya Esyadha Putri

## PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Chantika Melya Esyadha Putri  
NIM : 2210111125  
Fakultas : 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 E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Price Terhadap Purchase Intention Produk Matahari Di Shopee*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 9 Januari 2026



(Chantika Melya Esyadha Putri)

**SKRIPSI**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PRODUK MATAHARI DI SHOPEE**

*Dipersiapkan dan disusun oleh*

**CHANTIKA MELYA ESYADHA PUTRI 2210111125**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM**  
**Ketua Penguji**



**Dra. Pusporini, MM**  
**Penguji I**



**Suharyati, SE., MM**  
**Penguji II**



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M**  
**Dekan**



**Siti Hidayati, S.E., M.M**  
**Koordinator Program Studi**

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 9 Desember 2025

***The Influence of E-Service Quality, Online Customer Review, and Price on Purchase Intention of Matahari Products on Shopee***

**By Chantika Melya Esyadha Putri**

***Abstract***

*The growth of e-commerce and the shift in consumer shopping behavior from offline to online have posed challenges for retail companies such as Matahari Department Store in maintaining consumers purchase intention. One strategy adopted is leveraging e-commerce platforms such as Shopee. This research aims to identify, analyze, and examine the influence of E-Service Quality, Online Customer Review, and Price on the Purchase Intention of Matahari products on Shopee. This study was conducted using a quantitative approach with descriptive and inferential analysis techniques supported by SmartPLS 4.0. Data were collected through an online questionnaire. The population in this study consists of Shopee users in the Jakarta area who are at least 17 years old, are aware of the presence of Matahari on Shopee, and have read reviews of Matahari products on the platform. The sample used in this research consisted of 110 respondents, selected using a non-probability sampling technique, specifically purposive sampling. The results of this study indicate that E-Service Quality does not have a significant effect on the Purchase Intention of Matahari products on Shopee. Meanwhile, Online Customer Review and Price have a significant effect on the Purchase Intention of Matahari products on Shopee.*

***Keywords:*** *E-Service Quality; Online Customer Review; Price; Purchase Intention*

# **Pengaruh *E-Service Quality*, *Online Customer Review*, Dan *Price* Terhadap *Purchase Intention* Produk Matahari Di Shopee**

**Oleh Chantika Melya Esyadha Putri**

## **Abstrak**

Perkembangan *e-commerce* dan pergeseran perilaku belanja konsumen dari *offline* ke *online*, menjadi tantangan bagi perusahaan ritel seperti Matahari Departement Store dalam mempertahankan minat beli konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan platform *e-commerce* seperti Shopee. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *E-Service Quality*, *Online Customer Review*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention* produk Matahari di Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial yang dibantu dengan SmartPLS 4.0. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di wilayah Jakarta yang minimal berusia 17 tahun, kemudian mengetahui keberadaan Matahari pada Shopee, dan pernah membaca ulasan terkait produk Matahari pada Shopee. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 110 responden yang diambil melalui metode *nonprobability sampling*, berupa *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention* produk Matahari di Shopee, sedangkan *Online Customer Review*, dan *Price* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* produk Matahari di Shopee.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan Elektronik; Ulasan Konsumen Daring; Harga; Minat Beli



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, 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 SIDANG TUGAS AKHIR  
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 9 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Chantika Melya Esyadha Putri

NIM : 2210111125

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Price Terhadap Purchase Intention Produk Matahari Di Shopee**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang-Ulang\**, dengan Nilai Rata-Rata ..... dan Nilai Huruf .....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si .MM.,CPM	Ketua	
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	
3	Suharyati, SE., MM	Anggota II **)	

**Keterangan:**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

**Nilai dalam Skala**

85 - 100 = A  
80 - 84.99 = A-  
75 - 79.99 = B+  
70 - 74.99 = B  
65 - 69.99 = B-  
60 - 64.99 = C+  
55 - 59.99 = C  
40 - 54.99 = D  
0 - 39.99 = E

Jakarta, 6 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN  
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia-Nya, sehingga penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Online Customer Review*, dan *Price* Terhadap *Purchase Intention* Produk Matahari di Shopee” ini dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan dan membantu penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
4. Ibu Suharyati, SE.MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan penelitian;
5. Mamah, Papah, serta Aurel yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan penelitian;
6. Teman-teman, yaitu Lilu, Amel, Gres, dan Ara yang telah bersama-sama berjuang dalam penyusunan skripsi, saling berbagi keluh kesah dan semangat hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, 9 Desember 2025

Chantika Melya Esyadha Putri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1      Latar Belakang .....	1
1.2      Rumusan Masalah .....	12
1.3      Tujuan Penelitian.....	12
1.4      Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1      Landasan Teori .....	14
2.1.1    Pemasaran.....	14
2.1.2    Pemasaran Digital .....	15
2.1.3    Perilaku Konsumen .....	16
2.1.4 <i>Purchase Intention</i> .....	17
2.1.5 <i>E-service Quality</i> .....	19
2.1.6 <i>Online Customer Review</i> .....	21
2.1.7 <i>Price</i> .....	23
2.2      Penelitian Terdahulu .....	24
2.3      Model Penelitian .....	34
2.3.1 <i>E-Service Quality Terhadap Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee.....	34
2.3.2 <i>Online Customer Review Terhadap Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee.....	35
2.3.3 <i>Price Terhadap Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee..	36
2.4      Hipotesis.....	36
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1      Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.1.1    Definisi Operasional.....	37
3.1.2    Pengukuran Variabel .....	38
3.2      Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1    Populasi .....	39
3.2.2    Sampel.....	39
3.3      Teknik Pengumpulan Data .....	40

3.3.1	Jenis Data .....	40
3.3.2	Sumber Data.....	41
3.3.3	Pengumpulan Data .....	41
3.4	Teknik Analisis Data.....	42
3.4.1	Pretest.....	43
3.4.2	Teknik Analisis Deskriptif .....	43
3.4.3	Teknik Analisis Inferensial .....	44
3.4.4	Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2	Pretest.....	55
4.3	Deskripsi Data Penelitian .....	57
4.4	Uji Hipotesis dan Analisis.....	61
4.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	62
4.4.2	Analisis Data Inferensial .....	68
4.4.3	Uji Hipotesis.....	77
4.5	Pembahasan.....	79
4.5.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee.....	79
4.5.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee .....	81
4.5.3	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Matahari di Shopee .....	83
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	85
5.3	Saran.....	86
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Index Matahari 2022-2024.....	5
Tabel 2.	Ulasan Konsumen Matahari di Shopee .....	9
Tabel 3.	Matrik Penelitian Terdahulu Terkait Minat Beli.....	31
Tabel 4.	Pengukuran Variabel .....	38
Tabel 5.	Bobot Penilaian Dengan Skala Likert .....	41
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	42
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	44
Tabel 8.	Interpretasi Nilai Reliabilitas.....	48
Tabel 9.	Interpretasi Nilai R-Square.....	50
Tabel 10.	Hasil Content Validity.....	55
Tabel 11.	Hasil Outer Loading .....	56
Tabel 12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Beraktivitas.....	59
Tabel 15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Memperoleh Kuesioner.....	61
Tabel 17.	Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	62
Tabel 18.	Nilai Indeks Purchase Intention .....	63
Tabel 19.	Nilai Indeks E-Service Quality.....	64
Tabel 20.	Nilai Indeks Online Customer Review.....	66
Tabel 21.	Nilai Indeks Price .....	67
Tabel 22.	Hasil Outer Loading .....	71
Tabel 23.	Average Variance Extracted (AVE).....	72
Tabel 24.	Hasil Cross Loading .....	73
Tabel 25.	Heterotrait–monotrait ratio (HTMT).....	74
Tabel 26.	Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 27.	Variance Inflation Factor (VIF) .....	76
Tabel 28.	Hasil R-Squares .....	76
Tabel 29.	Hasil Uji Q-Square .....	77
Tabel 30.	Hasil Uji Bootstrapping.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Perbandingan Penjualan Produk di E-commerce dan Toko Fisik..	2
Gambar 2.	Nilai Transaksi E-commerce Indonesia Tahun 2017-2024.....	3
Gambar 3.	Top Brand Matahari Departement Store .....	5
Gambar 4.	Grafik Minat Pencarian Matahari 5 Tahun Terakhir.....	6
Gambar 5.	Penjualan Barang Dagangan Matahari Tahun 2022-2024 .....	6
Gambar 6.	Model Penelitian.....	34
Gambar 7.	Langkah-langkah Analisis PLS .....	45
Gambar 8.	Inner Model Penelitian .....	46
Gambar 9.	Outer Model Penelitian .....	47
Gambar 10.	Diagram Jalur .....	48
Gambar 11.	Logo Matahari .....	53
Gambar 12.	Matahari Official Store Pada Shopee .....	54
Gambar 13.	Inner Model .....	69
Gambar 14.	Outer Model .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 30 Responden
- Lampiran 3. Data Kuesioner 110 Responden
- Lampiran 4. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data Penelitian
- Lampiran 7. Kartu Monitoring
- Lampiran 8. Nilai T-tabel
- Lampiran 9. Bukti Penyebaran Kuesioner