

**PENGARUH PROMOSI, *CUSTOMER RATING* DAN *CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI DI *COFFEE SHOP JANJI JIWA* CABANG
GRAND WISATA PADA APLIKASI GOFOOD**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Dhiwa Harum Setyawan

NPM: 41183402200041



Strata 1

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, *CUSTOMER RATING* DAN *CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI DI *COFFEE SHOP* JANJI JIWA CABANG
GRAND WISATA PADA APLIKASI GOFOOD**

Tanggal: 20 November 2024

Oleh:

Dhiwa Harum Setyawan

NPM: 41183402200041

Disetujui,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M. Si

Mengetahui,



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, *CUSTOMER RATING* DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI DI *COFFEE SHOP* JANJI Jiwa CABANG GRAND WISATA PADA APLIKASI GOFOOD

Tanggal: 28 November 2024

Oleh:

Dhiwa Harum Setyawan

NPM: 41183402200041

Disetujui,

Penguji I



Rinda Siaga Pangestuti, S. E., M. M.

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si

Mengetahui,



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhiwa Harum Setyawan

Npm : 41183402200041

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh promosi, *customer rating* dan *customer review* terhadap minat beli di *coffee shop* janji jiwa cabang Grand Wisata pada aplikasi GoFood”** merupakan asli hasil karya saya selaku penulis. Apabila terbukti bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Dengan demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 28 November 2024

Yang menyatakan



Dhiwa Harum Setyawan

ABSTRAK

Dhiwa Harum Setyawan (41183402200041)

Pengaruh Promosi, *Customer rating* dan *Customer review* terhadap Minat Beli di *Coffee Shop* Janji Jiwa Cabang Grand Wisata pada Aplikasi Gofood

XIV+ 71Halaman + 26 Table + 2 Gambar + 3 Grafik + 19 Lampiran

Kata Kunci: Promosi, *Customer Rating*, *Customer Review*, Minat Beli

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, customer rating dan *customer review* terhadap minat beli di *coffee shop* janji jiwa cabang Grand Wisata pada aplikasi GoFood. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan data yang digunakan yaitu data primer dan skunder. Populasi pada penelitian ini adalah customer janji jiwa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner melalui *google from*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi berganda yang dihitung menggunakan program *statistical product and service solutions* (SPSS).

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah oleh SPSS diperoleh hasil regresi berganda = $-0,668 + 0,524 X_1 + 0,457 X_2 + 0,366 X_3$ sedangkan hasil Uji f diperoleh variabel promosi, *customer rating* dan *customer review* berpengaruh terhadap minat beli. Hasil ini dibuktikan dengan hasil anova (uji F) diperoleh F hitung = 64.527 dengan angka sig = 0,000 lebih kecil dari standar error yang ditetapkan 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi promosi, *customer rating* dan *customer review* mempengaruhi minat beli sebesar 64.527. hasil uji t menunjukkan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli yang dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t hitung β_1 adalah 4.121 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari standar error yang ditetapkan 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi, promosi mempengaruhi minat beli sebesar 4.121, sedangkan *customer rating* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli yang dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t hitung β_2 adalah 3.885 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari standar error yang ditetapkan 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi, promosi mempengaruhi minat beli sebesar 3.885 dan *customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli yang dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t hitung β_3 adalah 3.436 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari standar error yang ditetapkan 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi, promosi mempengaruhi minat beli sebesar 3.436.

Daftar Pustaka: 39 (2012 – 2023)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Promosi, *Customer rating* dan *Customer review* terhadap Minat Beli". Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Bapak Dede Suherman selaku karyawan janji jiwa Grand Wisata yang telah berkenan untuk di wawancara terkait *Coffee Shop* janji jiwa Grand Wisata untuk mendukung penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu serta abang saya yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan, dan doa sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat saya Riska Dea Putri yang siap menemani ke lokasi penelitian, memberi motivasi dan sudah membantu agar skripsi ini selesai dengan baik.

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan dan kelemahan, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk hasil yang optimal.

Dengan penyusunan skripsi ini penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 28 November 2024

Penulis

Dhiwa Harum Setyawan

DAFTAR ISI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitaian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Minat Beli	17
2.1.1 Pengertian Minat Beli	17
2.1.2 Indikator Minat beli	18
2.2 Promosi	18
2.2.1 Pengertian Promosi	18
2.2.2 Indikator Promosi.....	19
2.2.3 Hubungan Promosi Dengan Minat Beli	19
2.3 <i>Customer Rating</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Customer Rating</i>	20
2.3.2 Indikator <i>Customer Rating</i>	20
2.3.3 Hubungan <i>Customer rating</i> terhadap Minat beli	21

2.4 <i>Customer review</i>	21
2.4.1 Pengertian <i>Customer Review</i>	21
2.4.2 Indikator <i>Customer Review</i>	22
2.4.3 Hubungan <i>Customer Review</i> Terhadap Minat Beli	22
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Kerangka Pemikiran Dan Formulasi Hipotesis.....	30
2.6.1 Kerangka Pemikiran.....	30
2.7 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.1.1 Metode Penelitian	33
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.1.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.1.4.1 Jenis Sumber Data.....	35
3.2 Instrumen Penelitian	36
3.2.1 Variabel Promosi	37
3.2.2 Variabel <i>Customer Rating</i>	38
3.2.3 Variabel <i>Customer Review</i>	38
3.2.4 Variabel Minat beli	39
3.3. Uji Kualitas Data.....	40
3.3.1 Uji Validitas	40
3.3.2 Uji Reliabilitas	41
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.4.1 Uji Normalitas.....	41
3.4.2 Uji Multikolinieritas.....	42
3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.5.1 Uji Hipotesis	42
3.6 Analisis Regresi Berganda.....	44
3.7 Analisis Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46

4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Deskripsi Singkat Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	47
4.1.3 Deskripsi Subjek Penelitian	47
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	49
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.3.1 Deskripsi Variabel Promosi (X_1)	53
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Customer Rating</i> (X_2)	54
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Customer review</i> (X_3)	56
4.3.4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Uji Multikolinearitas	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.5.1 Uji T (Uji Parsial)	66
4.5.2 Uji F Uji Simultan)	69
4.6 Uji Koefisien Determinasi (KD).....	70
4.7 Pembahasan.....	71
4.7.1 Pengaruh Promosi (X_1) Terhadap Minat Beli (Y)	72
4.7.2 Pengaruh <i>Customer Rating</i> (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)	73
4.7.3 Pengaruh <i>Customer Review</i> (X_3) Terhadap Minat Beli (Y).....	73
4.8 Kelemahan Penelitian	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 SIMPULAN	76
5.2 SARAN	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvei Variabel Minat beli pada Gofood	4
Tabel 1. 2 Prasurvei Variabel Promosi pada Gofood	6
Tabel 1. 3 Prasurvei Variabel <i>customer rating</i> pada Gofood	8
Tabel 1. 4 Keluhan konsumen Janji Jiwa pada aplikasi Gofood	11
Tabel 1. 5 Prasurvei Variabel <i>Customer review</i> pada Gofood.....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Data responden berdasarkan Pendapatan Per bulan	49
Tabel 4. 4 Uji Validitas Minat beli (Y).....	49
Tabel 4. 5 Uji Validitas Promosi (X1).....	50
Tabel 4. 6 Uji Validitas <i>Customer rating</i> (X2).....	51
Tabel 4. 7 Uji Validitas <i>Customer review</i> (X3)	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	52
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Promosi (X1)	53
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel <i>Customer rating</i> (X2)	55
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel <i>Customer review</i> (X3).....	57
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Minat beli (Y)	59
Tabel 4. 13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 15 Uji Glejser.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinan (Kd)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Konsumen Janji Jiwa Grand Wisata Pada Gofood.....	7
Gambar 1. 2 <i>Review</i> Konsumen Janji Jiwa Grand Wisata pada Gofood	10

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 10 Restoran dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia	1
Grafik 4. 1 Normal Probability Plot.....	62
Grafik 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	83
Lampiran 2 Hasil Wawancara.....	90
Lampiran 3 Bukti observasi dan wawancara	93
Lampiran 4 Hasil Pra Survey	94
Lampiran 5 Informasi Review dan Rating Janj Jiwa Grand Wisata di GoFood.....	96
Lampiran 6 Tabulasi	97
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 8 Variabel Customer Rating (X2)	112
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis	118
Lampiran 12 Distribusi Nilai r Tabel.....	119
Lampiran 13 Distribusi Nilai F Tabel	120
Lampiran 14 Distribusi Nilai t Tabel	121
Lampiran 15 Kartu Seminar Proposal.....	123
Lampiran 16 Hasil Keputusan Pembimbing Skripsi.....	125
Lampiran 17 Kartu Bimbingan Skripsi.....	126
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup	127
Lampiran 19 Hasil Turnitin	128

Turnitin

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

4%

2

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

2%

3

repo.stiapembangunanjember.ac.id

Internet Source

2%

4

Submitted to Udayana University

Student Paper

2%

5

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

1%

6

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

1%

7

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

1%

8

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1%

9

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

<1%