

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE REVIEW CUSTOMER* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK BUSANA
*BRAND BYARRA***



Intelligentia - Dignitas

**DINDA MUTIA
1515618040**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dinda Muthia

NIM : 1515618040

Fakultas/Prodi : Pendidikan Tata Busana

Alamat email : dindam076@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Online Review Customer Terhadap Minat Beli Konsumen

Konsumen Pada Produk Busana Brand ByArra

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2025

Penulis

()
Dinda Mutia

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pusaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Dinda Mutia

Nim : 1515618040

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Online Review Customer* terhadap Minat Beli
Konsumen pada produk *Busana Brand ByArra*

Nama : Dinda Mutia

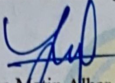
Nim : 1515618040

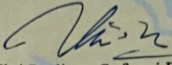
Tanggal Ujian : 29 Juli 2025

Disetujui Oleh :

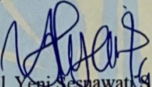
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Yoga Martin Albar, S.Tr.T.M.Pd.
NIP. 1994401222024061001


Dra. Vivi Radiona Sofyani Putri, M.Pd.
NIP. 196209111988032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana


Dr. Phil. Yessi Seshawati, S.Pd., MT.
NIP. 198106012006042001

Intelligentia - Dignitas

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Online Review Customer terhadap Minat Beli
Konsumen pada produk Busana *Brand ByArra*

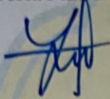
Nama : Dinda Mutia

Nim : 1515618040

Tanggal Ujian : 29 Juli 2025

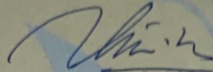
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I



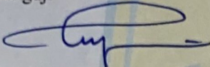
Yoga Matin Albar, S.Tr.T, M.Pd.
NIP. 1994401222024061001

Dosen Pembimbing II



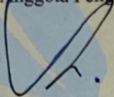
Dra. Vivi Radiona Sofyani Putri, M.Pd.
NIP. 196209111988032001

Ketua Penguji
Penguji



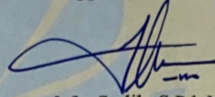
Dra. E-Lutfia Zahra, M.Pd.
NIP. 196403251989032003

Anggota Penguji I



Dr. Wesnina, M.Sn.
NIP. 196310291988032001

Anggota II



Jafar Sodik, S.Pd., M.Ds
199703272024061001

Mengetahui
Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana



Dr. Phil Yeni Sesnawati, S.Pd, MT.
NIP. 198106012006042001

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Review Customer* Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Busana *Brand Byarra*”** disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi selama proses penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, atas arahan dan dukungannya.
2. Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, atas bimbingan dan fasilitas akademik yang telah diberikan.
3. Pak Yoga Matin Albar, S.Tr.T, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, waktu, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bu Dra. Vivi Radiona Sofyani Putri, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan penuh kesabaran dan perhatian memberikan panduan dan masukan berharga dalam proses penelitian ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu, bantuan, serta pelayanan akademik selama masa studi penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Hendri dan Ibu Elfrida, yang dengan penuh kasih sayang telah memberikan dukungan moral dan materi, doa yang tidak pernah putus, serta semangat dalam setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, perlindungan, dan kebahagiaan kepada mereka.
7. Adik tersayang, Natasya, atas dukungan dan doa yang selalu menguatkan

selama penulisan skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi para pembaca.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penyusun



Dinda Mutia

Nim : 1515618040



PENGARUH *ONLINE REVIEW CUSTOMER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK BUSANA *BRAND BYARRA*

Dinda Mutia

**Dosen pembimbing : Yoga Matin Albar,S.Tr.T,M.Pd.dan Dra. Vivi Radiona
Sofyani Putri,M.Pd.**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji pengaruh ulasan pelanggan secara daring terhadap minat beli konsumen pada produk fesyen bermerek ByArra. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert yang memuat 32 pernyataan, terdiri atas 16 item mengenai minat beli dan 16 item mengenai ulasan pelanggan daring. Analisis data dilaksanakan dengan uji *Chi-square*. Berdasarkan hasil analisis terhadap data dari 100 responden, diperoleh nilai signifikansi $p = 0,000$ yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara ulasan pelanggan daring dengan minat beli konsumen. Indikator dengan nilai tertinggi pada variabel minat beli adalah minat eksploratif, sedangkan pada variabel ulasan pelanggan daring, indikator manfaat yang dirasakan memperoleh skor tertinggi.

Kata Kunci : *Online review, customer*, minat beli , konsumen, produk busana, *brand byarra*.



THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW ON CONSUMERS PURCHASE INTENTION OF BYARRA FASHION BRAND PRODUCTS

Dinda Mutia

Dosen pembimbing : Yoga Matin Albar,S.Tr.T,M.Pd.dan Dra. Vivi Radiona Sofyani Putri,M.Pd.

ABSTRACT

This study examines the impact of online customer review on the purchasing intentions of consumers regarding fashion products from the ByArra brand. A quantitative methodology was employed through the utilization of a survey technique. The sampling procedure utilized purposive sampling within a non-probability framework, encompassing a total of 100 participants. The data collection process involved the use of a structured questionnaire utilizing a Likert scale, which included 32 items 16 pertaining to purchase intention and 16 concentrating on online customer reviews. The analysis of the data was conducted employing the Chi-square test. The findings indicated a p-value of 0.000, which falls below the established threshold of 0.05, suggesting a statistically significant correlation between online customer reviews and purchase intention. Among the various dimensions influencing purchase intention, exploratory interest surfaced as the most significant, whereas perceived usefulness represented the most compelling aspect of online customer reviews.

Keywords: Online review, customer, purchase intention, consumer, fashion products, ByArra brand.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	I
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	II
KATA PENGANTAR	IV
<i>ABSTRACT</i>	VII
DAFTAR ISI	VIII
Daftar Tabel	X
Daftar Gambar	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	9
2.1. Deskripsi Konseptual.....	9
2.1.1. Pengertian Minat Beli (Variabel Y)	9
2.1.1.1 Indikator Minat Beli.....	10
2.1.2. Pengertian Online Review Customer	11
2.1.2.1 <i>Online Review Customer</i>	13
2.1.3. Instagram.....	14
2.1.4. Produk Fashion.....	15
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan	19
2.3. Kerangka Berpikir	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Tujuan Penelitian	22
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.3. Metode Penelitian.....	22
3.4. Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1. Populasi.....	22
3.4.2. Sampel.....	23
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5.1. Definisi Konseptual.....	25
3.5.2. Definisi Operasional	25
3.5.1.3 Kisi-kisi Instrumen.....	27
3.5.1.4 Jenis Instrumen	27
3.5.3. Penguji Validitas.....	29

3.6.	Instrumen Variabel Online Review Customer (X).....	29
3.6.1.	Definisi Konseptual	29
3.6.2.	Definisi Operasional.....	30
3.6.3.	Kisi- Kisi Instrument.....	31
3.6.4.	Jenis Instrumen.....	31
3.7.	Penguji Validitas	33
3.8.	Teknik Analisis Data	33
3.9.	Hipotesis Statiska	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1.	Deskripsi Data.....	35
4.1.1.	Karakteristik Responden	35
4.2.	Pengujian Persyaratan Analisis Data	39
4.2.1.	Uji Validitas	39
4.2.2.	Pengujian Hipotesis.....	39
4.3.	Uji Analisis Univariat (Statistik Inferensial)	39
4.3.3.	Uji Analisis Data Bivariate (Chi Square).....	61
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
DAFTAR PUSAKA.....		71



Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Minat Beli (Y)	27
Tabel 3. 2 Skala pengukuran lima tingkat.....	27
Tabel 3. 3 Pengukuran Lima Tingkat.....	28
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Online Review Customer (X).....	31
Tabel 3. 5 Skala pengukuran lima tingkat.....	32
Tabel 3. 6 Skala pengukuran Lima Tingkat	33
Tabel 4. 1 Data Tahunan	36
Tabel 4. 2 Data Pekerjaan	36
Tabel 4. 3 Data Domisili	37
Tabel 4. 4 Data Penghasilan per-bulan	37
Tabel 4. 5 Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4. 6 Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4. 7 Pernyataan Pada Indikator Minat Transaksional	40
Tabel 4. 8 Indikator Minat Transaksional	40
Tabel 4. 9 Variable Minat Referensial	42
Tabel 4. 10 Rentang Nilai Indikator Minat Referensial	43
Tabel 4. 11 Hasil Variable Indikator Minat Preferensial	44
Tabel 4. 12 Rentang Nilai Indikator MInat Preferensial.....	45
Tabel 4. 13 Hasil Variable Indikator Minat Eksploratif	46
Tabel 4. 14 Rentang Nilai Indikator Minat Eksploratif	47
Tabel 4. 15 Rentang Nilai Indikator Minat Beli	50
Tabel 4. 16 Hasil Variable Indikator Manfaat yang Dapat Dirasakan.....	51
Tabel 4. 17 Rentang Nilai Indikator Manfaat yang dirasakan	52
Tabel 4. 18 Hasil Variable Indikator Kredibilitas Sumber	53
Tabel 4. 19 Rentang Nilai Indikator Kredibilitas Sumber	54
Tabel 4. 20 Hasil Variabel Indikator Kualitas Argumen	55
Tabel 4. 21 Rentang Nilai Indikator Kulitas Argumen.....	56
Tabel 4. 22 Hasil Variable Indikator Valensi.....	56
Tabel 4. 23 Rentang Nilai Indikator.....	58
Tabel 4. 24 Hasil Variable Indikator Jumlah Ulasan	59
Tabel 4. 25 Rentang Nilai Indikator Jumlah Ulasan.....	59
Tabel 4. 26 Rentang Nilai Variable Online Customer Review	61

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Grafik Tingkat Penetrasi Internet Indonesia (Lavinda, 2023).....	1
Gambar 2. 1 Kemeja Bunga	17
Gambar 2. 2 Blanc Toll Pants	17
Gambar 2. 3 Bless Dress	18
Gambar 4. 1 Skor Indikator Variabel Minat Beli.....	49
Gambar 4. 2 Indikator Variable Online Customer Review	60
Gambar 4. 3 Case Processisng Summary.....	62
Gambar 4. 4 Online Review Customer	62
Gambar 4. 5 Chi Square Test	63

