

**PENGARUH *PRODUCT RANKING SCORE*, *PRODUCT RATINGS*,  
*REVIEW HELPFULNESS*, *NUMBER OF REVIEWS* DAN *REVIEW*  
*RECENCY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT**  
**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**  
**Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**  
**Donny Rafael Sitinjak**  
**NPM: 210326444**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**2025**

**PENGARUH *PRODUCT RANKING SCORE*, *PRODUCT RATINGS*,  
*REVIEW HELPFULNESS*, *NUMBER OF REVIEWS* DAN *REVIEW  
RECENCY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

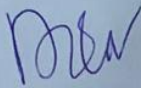
**Disusun Oleh:**

**Donny Rafael Sitinjak**

**NPM: 210326444**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing,**



**Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.**

**13 Mei 2025**

Skripsi

**PENGARUH *PRODUCT RANKING SCORE*, *PRODUCT RATINGS*,  
*REVIEW HELPFULNESS*, *NUMBER OF REVIEWS* DAN *REVIEW*  
*RECENCY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Donny Rafael Sitinjak**  
NPM: 210326444

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 10 Juli 2025  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE.,  
M.Sc.IB, Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**



**Elisabet Dita Septiari, SE.,  
M.Sc., Ph.D.**

**Yogyakarta, 10 Juli 2025**  
**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA**



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *PRODUCT RANKING SCORE*, *PRODUCT RATINGS*,  
*REVIEW HELPFULNESS*, *NUMBER OF REVIEWS* DAN *REVIEW  
RECENCY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT**

Merupakan benar hasil karya saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah dicantumkan secara tertulis di dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi ini, maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Mei 2025

Yang Menyatakan



Donny Rafael Sitinjak

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, karunia, dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul ”Pengaruh *Product Ranking Score, Product Ratings, Review Helpfulness, Number Of Reviews* Dan *Review Recency* Terhadap Niat Beli Produk Perawatan Kulit ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

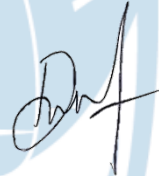
Penulis menyadari bahwa dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis juga hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah senantiasa memberikan bimbingan, bantuan dan dukungan dalam terselesainya penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia pada penulis, sehingga penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc. Ph.D. Selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mendampingi, memberi masukan, dan membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
3. Keluarga saya yang tercinta, Ibu Helena Sitindaon, kakak saya Jessica Luciana Sitinjak, kakak saya Indah Anastasya Avela Sitinjak yang selalu mendoakan, menemani, memberikan dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen, staff, dan karyawan UAJY terkhusus FBE UAJY yang telah memberi ilmu dan pengalaman pada penulis ketika berada dalam masa studi.
5. Teman-teman HMPSM yang telah memberi pengalaman, kenangan, dan kenyamanan semasa berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta.

6. Teman-teman bimbingan skripsi Bu Ditha yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman dekat saya Jose Fernando yang telah menjadi Teman seperjuangan dan memberi dukungan yang positif untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini

Peneliti juga menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber berharga untuk penelitian di masa depan.

Penulis



Donny Rafael Sitinjak

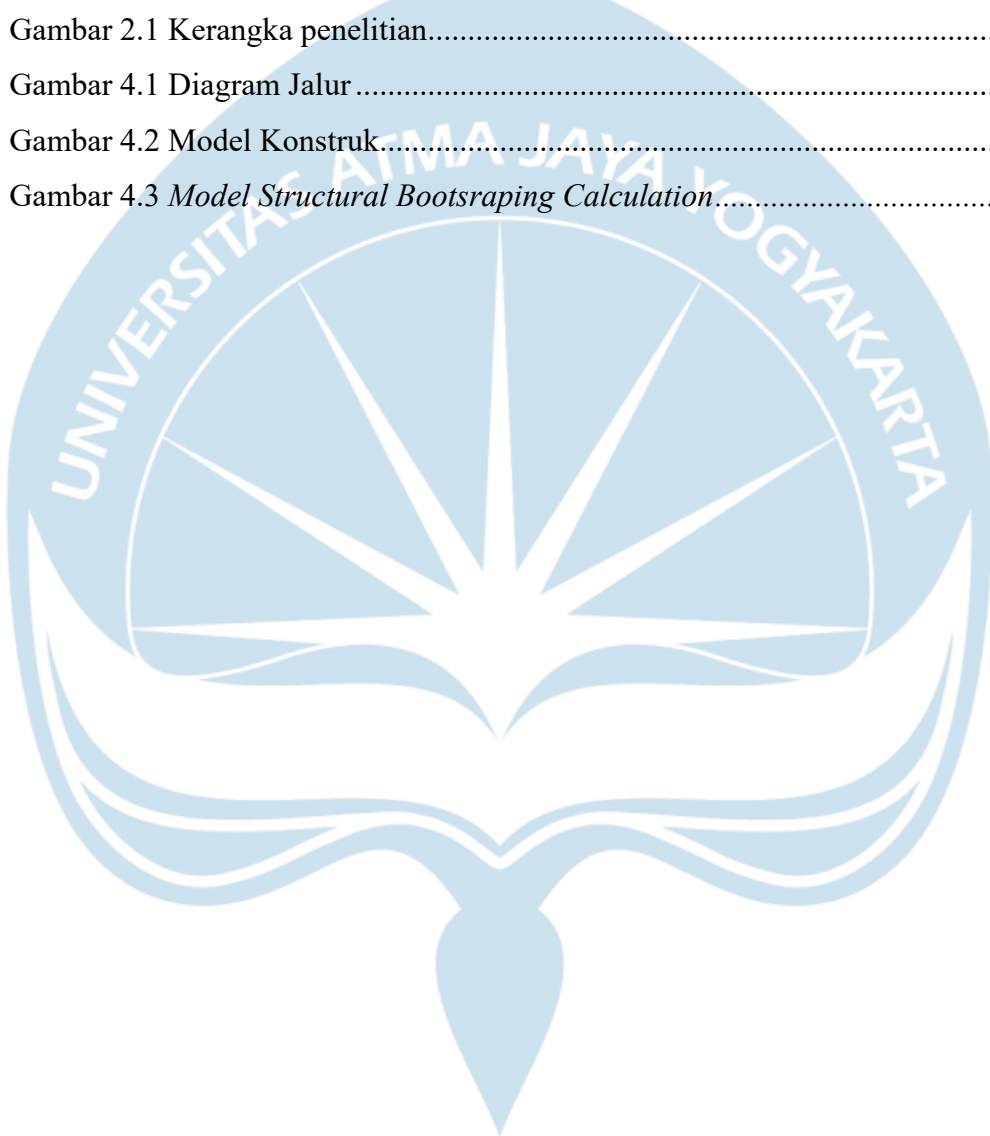
## DAFTAR ISI

|                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                             | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                              | iii  |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                              | iii  |
| KATA PENGANTAR.....                                                  | iv   |
| DAFTAR ISI.....                                                      | vi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                   | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                   | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                | x    |
| ABSTRAK .....                                                        | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                               | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                            | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                           | 7    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                          | 7    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                         | 8    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                                      | 9    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                         | 10   |
| 2.1. Landasan Teori.....                                             | 10   |
| 2.1.1. Niat Beli .....                                               | 10   |
| 2.1.2. <i>Performance Cues</i> .....                                 | 13   |
| 2.1.3. <i>Reliability Cues</i> .....                                 | 15   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....                                       | 17   |
| 2.3. Hipotesis Penelitian .....                                      | 26   |
| 2.3.1. Pengaruh <i>Product ranking score</i> Terhadap Niat Beli..... | 27   |
| 2.3.2. Pengaruh <i>Product ratings</i> Terhadap Niat Beli.....       | 27   |
| 2.3.3. Pengaruh <i>Review helpfulness</i> terhadap Niat Beli .....   | 28   |
| 2.3.4. Pengaruh <i>Number of reviews</i> terhadap Niat Beli.....     | 28   |
| 2.3.5. Pengaruh <i>Review recency</i> terhadap Niat Beli .....       | 29   |
| 2.4. Kerangka Penelitian.....                                        | 30   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                      | 31   |
| 3.1. Jenis Penelitian .....                                          | 31   |
| 3.2. Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian .....                       | 31   |
| 3.3. Populasi dan Sampel .....                                       | 32   |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data .....                                   | 34   |
| 3.5. Definisi Operasional Penelitian .....                           | 35   |
| 3.6. Pengukuran Data.....                                            | 38   |
| 3.7. Metode Analisis Data .....                                      | 39   |
| 3.7.1. <i>Analisa Outer Model</i> .....                              | 39   |
| 3.7.2. <i>Analisa Inner Model</i> .....                              | 41   |

|                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.7.3. Uji Hipotesis .....                                                                           | 43        |
| 3.7.4. Hasil Uji Kuesioner .....                                                                     | 43        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                     | <b>48</b> |
| 4.1. Prosedur Perolehan Data .....                                                                   | 48        |
| 4.2. Analisis Profil Responden .....                                                                 | 48        |
| 4.1.1. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin .....                                                  | 49        |
| 4.1.2. Profil Responden Menurut Usia .....                                                           | 49        |
| 4.1.3. Profil Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....                                                | 50        |
| 4.2. Analisis Deskriptif .....                                                                       | 50        |
| 4.3. Analisis Hasil .....                                                                            | 52        |
| 4.3.1. Analisis <i>Structural Equation Meodeling</i> – <i>Partial Least Square</i> (SEM – PLS) ..... | 52        |
| 4.3.2. <i>Outer Model</i> .....                                                                      | 53        |
| 4.3.3. Pengujian Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....                                       | 58        |
| 4.3.4. Pengujian Hipotesis .....                                                                     | 60        |
| 4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                               | 63        |
| 4.4.1. Pengaruh <i>Product Rangking Score</i> Terhadap Niat Beli .....                               | 63        |
| 4.4.2. Pengaruh <i>Product Ratings</i> Terhadap Niat Beli .....                                      | 64        |
| 4.4.3. Pengaruh <i>Reviews Helpfulness</i> Terhadap Niat Beli .....                                  | 64        |
| 4.4.4. Pengaruh <i>Number of Reviews</i> Terhadap Niat Beli .....                                    | 65        |
| 4.4.5. Pengaruh <i>Review Rencency</i> Terhadap Niat Beli .....                                      | 66        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                           | <b>67</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                | 67        |
| 5.1.1. Kesimpulan Profil Responden .....                                                             | 67        |
| 5.1.2. Kesimpulan Uji Hipotesis .....                                                                | 67        |
| 5.2. Implikasi Manajerial .....                                                                      | 68        |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian .....                                                                   | 70        |
| 5.3. Saran .....                                                                                     | 70        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                          | <b>72</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                | <b>78</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   | Hal |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1.1 Brand product dan Review product konsumen .....        | 5   |
| Gambar 1.2 Ulasan reponden terkait produk .....                   | 6   |
| Gambar 2.1 Kerangka penelitian.....                               | 32  |
| Gambar 4.1 Diagram Jalur .....                                    | 54  |
| Gambar 4.2 Model Konstruksi.....                                  | 55  |
| Gambar 4.3 <i>Model Structural Bootsrapping Calculation</i> ..... | 61  |

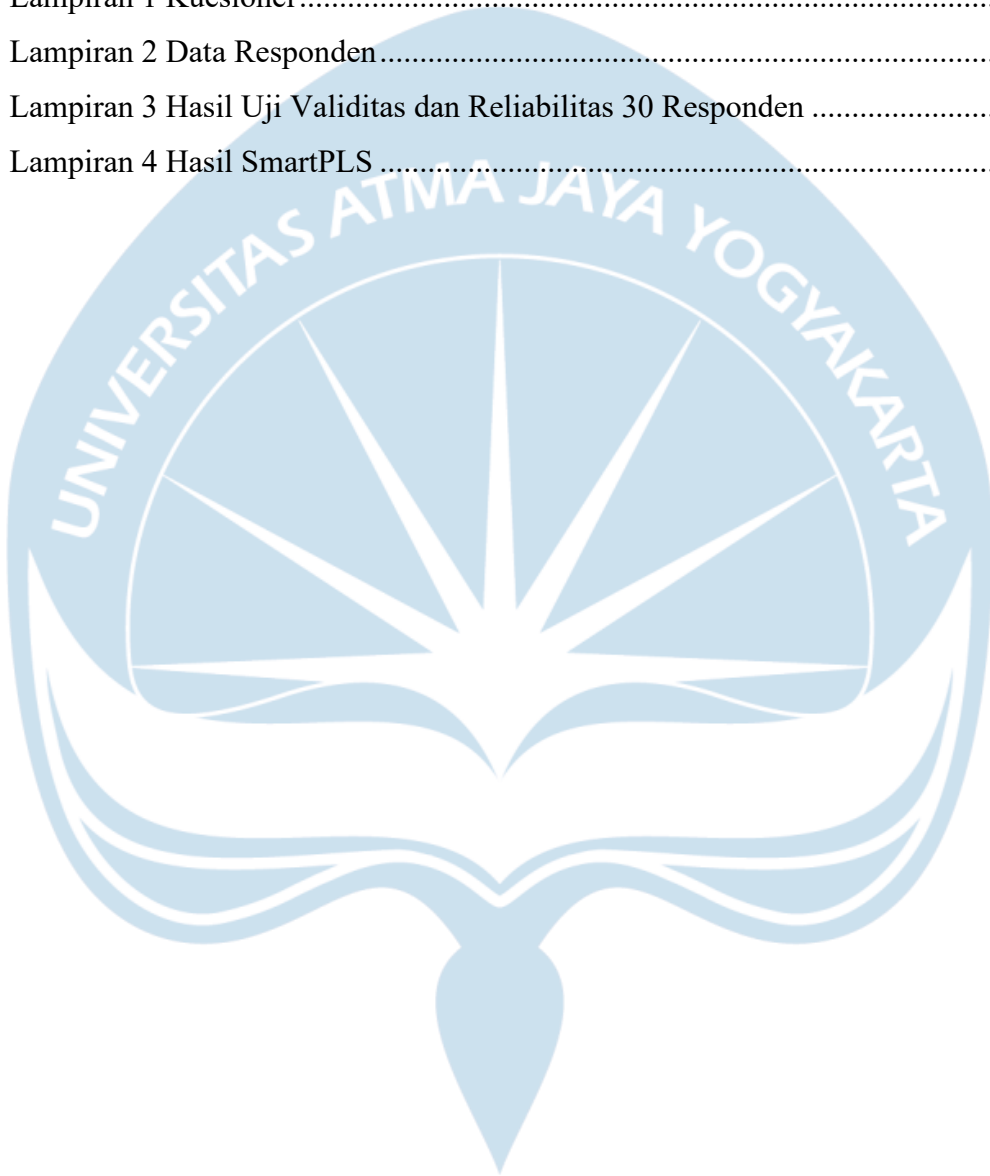


## DAFTAR TABEL

|                                                               | Hal |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....                           | 18  |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional .....                          | 37  |
| Tabel 3.2 Skala Likert.....                                   | 40  |
| Tabel 3.3 <i>Face Validity</i> .....                          | 46  |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....                            | 48  |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....                         | 49  |
| Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....            | 50  |
| Tabel 4.2 Distribusi Usia Responden.....                      | 51  |
| Tabel 4.3 Distribusi Jenis Pekerjaan Responden .....          | 51  |
| Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif.....                      | 53  |
| Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i> .....                    | 55  |
| Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Ectracted</i> (AVE) ..... | 56  |
| Tabel 4.7 Nilai Cross Loading .....                           | 57  |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....                         | 58  |
| Tabel 4.9 Hasil Uji R Square .....                            | 58  |
| Tabel 4.10 Hasil Uji F Square.....                            | 59  |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Q Square .....                           | 60  |
| Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> .....            | 61  |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                    | Hal |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner.....                                          | 78  |
| Lampiran 2 Data Responden.....                                     | 89  |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden ..... | 93  |
| Lampiran 4 Hasil SmartPLS .....                                    | 94  |



**PENGARUH *PRODUCT RANKING SCORE & PRODUCT RATINGS, REVIEW HELPFULNESS, NUMBER OF REVIEWS* DAN *REVIEW RECENCY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT**

**Disusun oleh :**

**Donny Rafael Sitinjak**

**Pembimbing :**

**Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc. Ph.D.**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma  
Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 43 – 44, Daerah Istimewa Yogyakarta.

**ABSTRAK**

Industri produk perawatan kulit di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam memilih produk perawatan kulit, masyarakat Indonesia cenderung mengandalkan rekomendasi dari media sosial. Platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi sumber utama informasi mengenai produk-produk terbaru, ulasan, dan tutorial penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *product ranking score*, *product ratings*, *review helpfulness*, *number of reviews* dan *review recency* terhadap niat beli produk perawatan kulit. Subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Pernah membeli produk perawatan kulit minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir yang berusia 17 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan *purposive sampling* dengan menggunakan skala likert 5 poin yang disajikan dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan *google form*. Data yang didapat dari penyebaran kuesioner yaitu sebanyak 187 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS). Software SmartPLS 3 digunakan untuk melakukan hal ini. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa *product ranking score* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, *product ratings* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, *reviews helpfulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli, *number of reviews* tidak berpengaruh terhadap Niat Beli, *review recency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

**Keyword:** *product ranking score, product ratings, review helpfulness, number of reviews, dan review recency*, serta Niat Beli