

**PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* DI *GOOGLE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi kasus pada Morning Bakery Tanjungpinang)**

FELISCIA DUTA SUARA

2104020023



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM UNIVERSITAS
MARITIM RAJA ALI HAJI
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feliscia Duta Suara
NIM : 2104020023
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *User Generated Content* di Google
Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi kasus pada
Morning Bakery Tanjungpinang)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun 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 pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 23 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Feliscia Duta Suara

NIM. 2104020023

LEMBAR PENGESAHAN

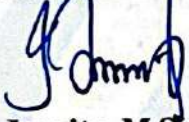
Nama : Feliscia Duta Suara
Nim : 2104020023
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *User Generated Content* di Google Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Morning Bakery Tanjungpinang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003



Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc
NIP. 199009292022032011

Panitia Penguji,

Nama

Jabatan

Tanda
Tangan

Tanggal

Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si
NIP. 198902122022031006

Ketua Penguji



3/2-2026

H. Catri Jintar, S.E., M.Si
NIP. 196210191993101002

Penguji I



3/2 2026

Siti Arita Novia, S.E., M.Ec
NIP. 199611162024062003

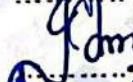
Penguji II



04/26

Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003

Penguji III



02

Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc
NIP. 199009292022032011

Penguji IV



4/2 2026

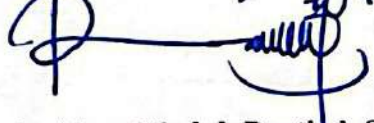
3/2/2026

Tanggal Lulus: 28 Januari 2026

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim**

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis



Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si
NIP. 198207032015042001

Risdv Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feliscia Duta Suara

NIM : 2104020023

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : Pengaruh User Generated Content Di Google Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Morning Bakery Tanjungpinang)

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 14 Januari 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc
NIP. 199009292022032011

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim

Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tiwasiningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ketenangan bukan lahir dari dunia yang tanpa masalah, tetapi dari pikiran yang memahami batas kendalinya.”

(Ajaran Stoik)

“Hidup mengajarku bahwa bertahan di malam-malam panjang adalah keberanian yang tak terdengar. Aku menulis bukan karena sinarku selalu terang, tetapi karena di antara gelap yang menelan dan badai yang mengoyak, aku memilih tetap menyalakan lentera kecil, agar langkahku tidak tersesat dalam kegelapan.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan sebagai saksi perjalanan panjang yang penuh liku, dari hari-hari yang lelah dan sarat ragu, hingga keberanian untuk terus melangkah dan belajar di setiap proses. Untuk almarhum Papa dan Mama tercinta, terima kasih atas doa, cinta, dan teladan yang selalu membimbingku meski raga kalian telah tiada. Untuk koko, terima kasih telah menjadi rumah, tempat hati berlabuh, dan sumber kekuatan di setiap langkahku. Untuk pasanganku, terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan semangat yang selalu menyalakan harapanku. Untuk dosen pembimbing, terima kasih atas arahan, bimbingan, dan kesabarannya selama proses ini. Dan untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan, memilih percaya, dan terus melangkah seperti bunga yang setia menoleh pada cahaya, meski tumbuh di tanah yang keras.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *User Generated Content* di Google Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi kasus pada Morning Bakery Tanjungpinang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah menjadi pemimpin bijaksana di Kampus Biru Perjuangan.
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Bapak Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim beserta Ibu Nur Bayti, S.I.Kom., M.E selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim yang selalu mendukung penulis.
3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim dan Bapak Edinur Ilham, S.E., M.E selaku Kepala Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim yang selalu mendukung penulis.
4. Ibu Hj. Iranita, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Mirza Ayunda Pratiwi, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar, perhatian dan

sepenuh hati dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim yang telah memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Staf dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, terutama bang Indra yang senantiasa membantu memudahkan segala urusan administratif dan mendukung kelancaran proses pendidikan penulis.
7. Seluruh responden atas waktu dan partisipasinya yang sangat berharga sehingga sangat membantu proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
8. Teristimewa, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada almarhum kedua orang tua tercinta, Mama dan Papa. Meskipun raga tidak lagi membersamai, doa, kasih sayang, nilai kehidupan, serta perjuangan yang telah diwariskan menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Semoga segala pengorbanan dan cinta yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan tempat terbaik di sisi Tuhan Yang Maha Esa.
9. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kuma, yang telah membantu dan memenuhi seluruh kebutuhan penulis selama masa perkuliahan, mulai dari awal hingga saat ini. Bantuan, perhatian, dan dukungan yang diberikan memiliki peran penting dalam kelancaran studi dan penyelesaian skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada pasangan tercinta, Syauqas Rahmatillah, yang telah setia menemani penulis di mana pun dan dalam kondisi apa pun selama perjalanan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Kehadiran, kesabaran, serta dukungan yang diberikan menjadi sumber kekuatan yang sangat berarti.

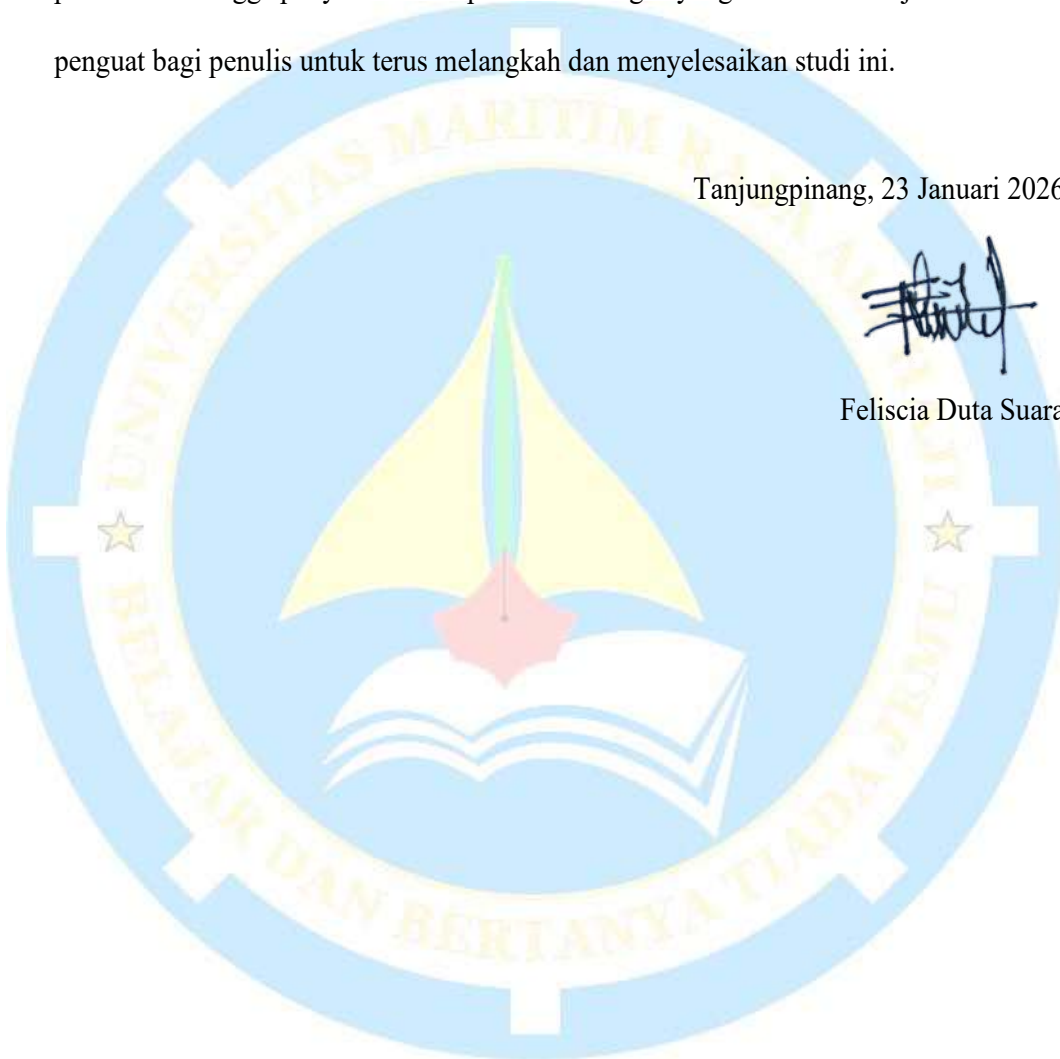
Penulis berharap semoga setelah pencapaian ini, Allah SWT senantiasa mempermudah jalan kami dalam menapaki perjalanan ibadah seumur hidup.

11. Penulis mengucapkan terima kasih kepada saudara kandung tercinta, Koko dan Abang, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan menjadi salah satu penguat bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan studi ini.

Tanjungpinang, 23 Januari 2026



Feliscia Duta Suara



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Pembatasan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penelitian	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 <i>User Generated Content</i> (UGC)	16
2.1.2 <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi)	17
2.1.3 Trust (Kepercayaan).....	18
2.1.4 Attitude Towards (Sikap).....	20
2.1.5 <i>Purchase Intention</i> (Niat Beli)	21
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23

2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	22
2.4.1 Pengaruh <i>Information Quality</i> Terhadap Niat Beli Konsumen .	22
2.4.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Niat Beli Konsumen	23
2.4.3 Pengaruh <i>Attitude Towards UGC</i> terhadap Niat Beli Konsumen	24
2.5 Hipotesis	25
2.5.1 Hipotesis Nol (H_0)	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	31
3.5 Operasional Variabel Penelitian	33
3.5.1 <i>Information Quality (Kualitas Informasi)</i>	33
3.5.2 <i>Trust (Kepercayaan)</i>	34
3.5.3 <i>Attitude Towards (Sikap Terhadap)</i>	35
3.5.4 <i>Purchase Intention (Niat Beli)</i>	36
3.6 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	37
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Instrumen (<i>Validitas, Reliabilitas</i>)	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.7.5 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Unit Analisis/Observasi	45
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	45

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.3.1	Deskripsi Variabel Information Quality (X1)	51
4.3.2	Deskripsi Variabel Trust (X2)	53
4.3.3	Attitude Towards UGC	56
4.3.4	Purchase Intention	57
4.4.1	Analisis Deskriptif	59
4.4.2	Uji Validitas	61
4.4.3	Uji Reliabilitas	63
4.4.4	Uji Asumsi Klasik	65
4.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.4.6	Uji Hipotesis	73
4.4.6.1	Uji t (Pengujian Secara Parsial)	73
4.4.6.2	Uji F (Pengujian Secara Simultan)	77
4.4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	79
4.4.7	Pembahasan Hipotesis	80
4.4.7.1	Pengaruh Information Quality terhadap Purchase Intention	80
4.4.7.2	Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention	81
4.4.7.3	Pengaruh Attitude Towards terhadap Purchase Intention	81
4.4.8	Keterbatasan Penelitian	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	84

5.2.1Saran Praktis.....	84
5.2.2Saran Akademis.....	85
5.2.3Saran bagi Morning Bakery Tanjungpinang	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	23
2.	Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
3.	Tabel 3. 1 Poin Skala Likert.....	32
4.	Tabel 3. 2 Indikator Pengukuran Information Quality	34
5.	Tabel 3. 3 Indikator Pengukuran <i>Trust</i>	34
6.	Tabel 3. 4 Indikator Pengukuran <i>Attitude Towards</i>	36
7.	Tabel 3. 5 Indikator Pengukuran <i>Purchase Intention</i>	37
8.	Tabel 4. 1 Distribusi Responden	45
9.	Tabel 4. 2 Jenis kelamin Responden	46
10.	Tabel 4. 3 Usia Responden.....	47
11.	Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	48
12.	Tabel 4. 5 Pekerjaan.....	49
13.	Tabel 4. 6 Kriteria Rata-rata Skala Likert.....	51
14.	Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Information Quality	51
15.	Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Trust</i>	54
16.	Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Attitude Towards</i> UGC	56
17.	Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	57
18.	Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Descriptive Statistics	60
19.	Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	61

20. Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Information Quality</i>	63
21. Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Trust</i>	64
22. Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Attitude Towards</i>	64
23. Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Intention</i>	65
24. Tabel 4. 17 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	67
25. Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinieritas	69
26. Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
27. Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
28. Tabel 4. 21 Hasil Uji t (Parsial)	74
29. Tabel 4. 22 Deskripsi Hipotesis	74
30. Tabel 4. 23 Hasil Uji F (Simultan).....	78
31. Tabel 4. 24 hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Gambar 1. 1 Distribusi Persepsi Responden Pengaruh Google <i>Review</i> Terhadap Niat Pembelian	3
2.	Gambar 1. 2 Google Review Morning Bakery Tanjungpinang	5
3.	Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
4.	Gambar 4. 1 Hasil Pie Chart Jenis Kelamin.....	46
5.	Gambar 4. 2 Hasil Pie Chart Usia	47
6.	Gambar 4. 3 Hasil Pie Chart Pendidikan Terakhir.....	48
7.	Gambar 4. 4 Hasil Pie Chart Pekerjaan.....	50
8.	Gambar 4. 5 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	66