

**PENGARUH ULASAN TERBARU, KUANTITAS ULASAN, DAN VALENSI
ULASAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN *SMARTPHONE* SECARA
ONLINE DI KALANGAN GENERASI Z DI KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Fadhlan Hanif

2110551007

Pembimbing

Dr. Syurvatman Desri, S.Sos., MM

NIP 196512031985031002

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

2026



No. Alumni Universitas

FADHLAN HANIF

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a) Tempat / Tanggal Lahir : Pakan Sinayan / 14 Maret 2003, b) Nama Orang Tua : Arwin Najib dan Aizet Wirdawati, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Prodi: Manajemen e) NIM : 2110551007 f) Tanggal Lulus : 12 Agustus 2026 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,33 i) Lama Studi : 5 Tahun 0 Bulan j) Alamat Orang Tua : Kampung Baru, Jorong Pakan Sinayan, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam

Pengaruh Ulasan Terbaru, Kuantitas Ulasan, Dan Valensi Ulasan Terhadap Niat Pembelian Smartphone Secara Online Di Kalangan Generasi Z Di Kota Payakumbuh

Skripsi oleh : Fadhlan Hanif

Pembimbing : Dr. Syuryatman Desri, S.sos., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan terbaru, kuantitas ulasan, dan valensi ulasan terhadap niat pembelian smartphone secara online di kalangan Generasi Z di Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner, serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software IBM SPSS. Responden penelitian berjumlah 105 orang Generasi Z di Kota Payakumbuh yang pernah melakukan pembelian smartphone secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan terbaru, kuantitas ulasan, dan valensi ulasan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian smartphone secara online. Hasil uji hipotesis lebih lanjut menunjukkan bahwa valensi ulasan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat pembelian dibandingkan ulasan terbaru dan kuantitas ulasan. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya bagi penjual online dan produsen smartphone untuk mendorong konsumen memberikan ulasan segera setelah pembelian serta menjaga kualitas produk dan layanan agar memperoleh ulasan yang bernada positif guna meningkatkan niat pembelian, khususnya di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Kuantitas Ulasan, Niat Pembelian Online, Ulasan Terbaru, Valensi Ulasan

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 12 Agustus 2026. Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tim Penguji	Ketua Penguji	Sekretaris Penguji	Pembimbing
Tanda Tangan			
Nama terang	Lucky Mahesa Yahya, SE., MM NIP 198302172009121002	Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si NIP 197905132006041014	Dr. Syuryatman Desri, S.Sos., MM NIP 196512031985031002

Mengetahui,
Koordinator FEB
Unand Payakumbuh

Dr. Alfitman, SE., M.Sc
NIP 197508202001121001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/ universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: