

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF (*IMPULSIVE BUYING*) PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Administrasi Bisnis

Oleh:
ALIFIA SALSABILA
NIM 2210412320047



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH INDIVIDUAL DEVELOPMENT PLAN DAN EMPLOYEE MAINTENANCE TERHADAP CAREER ADVANCEMENT PERAWAT DI RUMAH SAKIT ISLAM BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Alifia Salsabila
B. NIM : 2210412320047
- C. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- D. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Devi Rusvitawati, S.Pd, MM [.....]
NIP.198902082024062001
 - b. Penguji I
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M. AB [.....]
NIP.1976004132000121002
 - c. Penguji II
Dra. Hj. Siti Rusidah, MM [.....]
NIP.196206171989032001

Banjarmasin, 25 September 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
NIP. 198902082024062001

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM
Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 3358/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
2. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
3. Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Alifia Salsabila
NIM : 2210412320047
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi
Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif
(*Impulsive Buying*) Masyarakat Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 14 September 2026
J a m : 14.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 4 September 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 14 bulan September tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3358/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 14 September 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Alifia Salsabila
NIM : 2210412320047
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Online *Customer Review* dan Promosi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) Masyarakat Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 (Gedung Lama FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81(A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

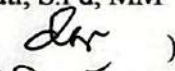
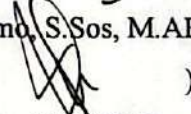
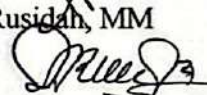
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 14 September 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Alifia Salsabila

1. Ketua : Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()
3. Anggota : Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
()



Menggetahui/membenarkan :
Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Online Customer Review dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) pada Pengguna Aplikasi Shopee di K Banjarmasin*" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moral maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, S.H, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Nurul Wahyuni S.Sos., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Ibu Devi Rusvitawati, S.Pd, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah banyak membantu memberikan arahan, waktu, masukan, koreksi, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan dan penelitian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB selaku Dosen penguji I yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu kepada penulis agar penulisan dan penelitian skripsi ini dapat lebih baik dan sesuai dengan pedoman skripsi.
7. Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM selaku Dosen penguji II yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan bersedia meluangkan waktu kepada penulis agar penulisan dan penelitian skripsi ini dapat lebih baik dan sesuai dengan pedoman skripsi.
8. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan saran dan petunjuk selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membimbing, mendidik dan memberikan ilmu yang kedepannya akan menjadi bekal penulis dimasa yang akan datang.
10. Seluruh Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam administrasi.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan, bantuan, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda serta senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada semua pihak yang terlibat. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, keterbatasan, dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 25 September 2026

Penulis,

Alifia Salsabila

2210412320047

PERSEMBAHAN

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, pertolongan, dan kekuatan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yang senantiasa hadir, mendoakan, mendukung, dan menjadi bagian dari setiap langkah perjalanan penulis.

Untuk Mamah Raisa Noorhairiyati dan Papah Ahmad Junaidi tercinta. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang, dukungan, dan segala usaha yang telah diberikan sejak penulis kecil hingga sampai pada titik ini. Terima kasih telah selalu mengusahakan yang terbaik dan menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Mamah dan Papah.

Untuk Nenek dan Kakek tercinta. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan sepanjang perjalanan pendidikan penulis. Terima kasih telah selalu mengiringi langkah penulis dengan doa dan menjadi salah satu sumber kekuatan hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang penuh keberkahan, serta membalas segala kebaikan Nenek dan Kakek.

Untuk adikku, Gilang. Terima kasih atas waktu, tenaga, bantuan, dan segala hal yang telah diberikan sehingga turut meringankan perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini dan hadir ketika penulis membutuhkan bantuan.

Untuk orang-orang yang turut membersamai perjalanan penulis, Ocha, Nabila, Athira, Sisil, Shafa, Jukbel, Nida, Teteh, Ade Putri, Mira, Ghina, Nov, Andini, Abil, Leo, Ara, Nabeel, Bima, Anwar, Echa.. Terima kasih telah hadir dalam berbagai fase kehidupan penulis dengan cara kalian masing-masing. Terima kasih untuk setiap bantuan, dukungan, waktu, cerita, tawa, doa, dan kehadiran di waktu-waktu yang tepat. Setiap bentuk kebaikan yang diberikan mungkin berbeda, tetapi semuanya memiliki arti tersendiri dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sampai di titik ini. Terima kasih pula untuk setiap kenangan selama masa perkuliahan, termasuk malam-malam mengerjakan skripsi, berdiskusi, berkeluh kesah, hingga menginap bersama yang kelak menjadi salah satu core memory yang akan selalu dikenang.

Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah bertahan melewati segala keraguan dan ketakutan, tetap berusaha, dan tidak menyerah hingga akhirnya dapat menyelesaikan semua ini. Terima kasih sudah bertahan, terima kasih sudah percaya, dan terima kasih karena akhirnya kita sampai juga.

Jika bukan karena Allah yang memampukan, mungkin aku sudah lama menyerah. “Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah : 5-6)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 25 September 2026
Yang membuat pernyataan,

Alifia Salsabila
2210412320047

ABSTRAK

Alifia Salsabila, 2210412320047, 2026. Pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Devi Rusvitawati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan variabel *Online Customer Review* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian tidak terencana melalui marketplace Shopee dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada masyarakat Banjarmasin. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif pada masyarakat Banjarmasin. *Online Customer Review* dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Impulsif di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Online Customer Review*, Promosi, Keputusan Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

Alifia Salsabila, 2210412320047, 2026. The Influence of Online Customer Review and Promotion on Impulsive Buying Decisions among Shopee Application Users in the Banjarmasin Community, under the supervision of: Devi Rusvitawati

This study aims to determine and examine the significant partial and simultaneous effects of Online Customer Review and Promotion on Impulsive Buying Decisions among Shopee application users in the Banjarmasin community.

This study employed a quantitative approach and was conducted in Banjarmasin City. The sample consisted of 100 respondents who had made unplanned purchases through the Shopee marketplace and were selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression.

The results of this study demonstrate that Online Customer Review has a significant partial effect on Impulsive Buying Decisions among the Banjarmasin community. Promotion also has a significant partial effect on Impulsive Buying Decisions among the Banjarmasin community. Furthermore, Online Customer Review and Promotion simultaneously have a significant effect on Impulsive Buying Decisions among the Banjarmasin community.

Keywords: *Online Customer Review, Promotion, Impulsive Buying Decisions.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Pemasaran Digital	14
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	15
2.1.4 <i>Marketplace</i>	16
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	18
2.1.6 Promosi	21
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	27
2.1.8 Keputusan Pembelian Impulsif.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	36

2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	41
2.3.1 Hipotesis Penelitian	41
2.3.2 Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Pendekatan Penelitian	51
3.2 Desain Penelitian	51
3.3 Lokasi Penelitian	51
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Besar Sampel	52
3.4.3 Teknik Sampling	53
3.5 Definisi Operasional Variabel	53
3.5.1 Variable Independen atau Variable Bebas X	54
3.5.2 Variable Dependen atau Variable Terikat Y	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.7 Teknik Analisa Data.....	61
3.7.1 Skala Pengukuran	61
3.7.2 Deskriptif Statistik	61
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda	66
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL PENELITIAN	70
4.1 Profil Responden	70
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.1.2 Berdasarkan Usia	71
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	71

4.1.4	Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran.....	72
4.1.5	Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Shopee dalam 3 Bulan	73
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	74
4.2.1	Deskriptif Variable <i>Online Customer Review</i> (X1)	74
4.2.2	Deskriptif Variable Promosi (X2)	75
4.2.3	Deskriptif Variable Keputusan Pembelian Impulsif (Y).....	77
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.3.1	Uji Validitas	78
4.3.2	Uji Reliabilitas	79
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	82
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
4.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas	85
4.5	Uji Regresi Linear Berganda	86
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	88
4.6.1	Uji t (Parsial).....	88
4.6.2	Uji F (Simultan).....	89
4.6.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	90
BAB V	PEMBAHASAN HASIL	93
5.1	Pembahasan	93
5.2	Implikasi Hasil Penelitian.....	100
5.2.1	<i>Online Customer Review</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif	100
5.2.2	Promosi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif	100
5.2.3	<i>Online Customer Review</i> dan Promosi Shopee Secara Simultan	102
5.3	Keterbatasan Penelitian	104
BAB VI	PENUTUP	108
6.1	Kesimpulan	108

6.2 Saran	109
6.2.1 Saran Akademis	109
6.2.2 Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA	111