

SKRIPSI
PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Oleh :
RISDA NOVIANTI
NIM: 2110312320007
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKIR, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Risda Novianti

NIM. 2110312320007

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 03 Juli 2025
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (ASIA)
NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji I



Rusniati, SE, M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

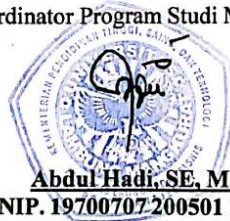
Penguji II



Sudirwo, SE, MM
NIP. 19770802 202321 1 006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

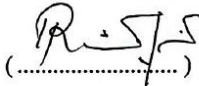
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Rinda Novianti
NIM : 2110312320007
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 03 Juli 2025

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si ()

Penguji I : Rusniati, SE, M.Si ()

Penguji II : Sudirwo, SE, MM ()




LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Risda Novianti
NIM : 2110312320007
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promo Gratis Ongkit, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Waktu Ujian : Kamis, 03 Juli 2025
Tempat Ujian : Ruang Kelas C-2

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim

Penguji:


No.	Nama Tim Penguji	Keterangan	Tanda Tangan
1.	Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si	Pembimbing	
2.	Rusniati, SE, M.Si	Penguji I	
3.	Sudirwo, SE, MM	Penguji II	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 8 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen

Mahasiswa,


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707.200501 1 001


Risda Novianti
NIM. 2110312320007

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 03 juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Risda Novianti

NIM. 2110312320007

v

v

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Promo Gratis Ongkir, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin". Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan. Namun, berkat bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (ASIA). Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun serta mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Ibu Rusniati, SE, M.Si dan Bapak Sudirwo, SE, MM. Selaku Dosen Penguji yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Arief Budiman, SE, MMKtg, Ph.D. Selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah membantu, memberikan saran, dan memotivasi saya selama masa perkuliahan berlangsung.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
8. Teristimewa untuk keluarga tercinta, Ayah Nasir dan Ibu Khairunnisa, saudari terkasih Nanda Aprillia, beserta seluruh keluarga besar yang selalu menjadi rumah terhangat dalam setiap langkah penulis. Terimakasih yang tak terhingga atas semua doa, cinta, dukungan, semangat yang tak pernah putus, serta keyakinan yang begitu besar terhadap setiap pilihan dan mimpi-mimpi penulis. Terimakasih untuk perjuangan yang tangguh, meskipun ayah dan ibu tidak pernah duduk di bangku perkuliahan, namun mereka berhasil membuat anak-anaknya menempuh pendidikan sampai sarjana.
9. Kepada Michael Jhorico yang senantiasa selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, serta memberi dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi, maupun bantuan kepada penulis. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penyusunan awal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
10. Sahabat penulis dibangku perkuliahan yang selalu kebersamai dalam empat tahun ini, Adelia Rudy Norshifa, yang senantiasa membantu serta mendukung selama penulisan skripsi dan teman nongkrong di waktu luang

untuk bercerita.

11. Teruntuk sahabat dan teman terkasih penulis Aslam, Maulida, Amel, Sanah, Inat, Syarla, April, Tania, Nisa, dan Syahrida terimakasih untuk menjadi partner bertumbuh disegala kondisi yang kadang tidak terduga, menjadi teman ngopi disemua warkop yang kita datangi, serta menjadi pendengar yang baik bagi penulis,
12. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
13. Pihak-pihak terkait lainnya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini.

Semoga semua amal baik memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 03 Juli 2025

Penulis



Risda Novianti

NIM. 2110312320007

ABSTRACT

Risda Novianti (2025). *Free Shipping Promo, Online Customer Review, Online Customer Rating on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Banjarmasin City Supervisor: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum*

This study aims to test and analyze: (1) The Effect of Free Shipping Promo on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Banjarmasin City, (2) The Effect of Online Customer Review on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Banjarmasin City, (3) The Effect of Online Customer Rating on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Banjarmasin City, (4) The Effect of Free Shipping Promo, Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace in Banjarmasin City.

This type of research is quantitative research. The population used in this study is the community in Banjarmasin City, South Kalimantan who use the Shopee marketplace. Data were collected from 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling with a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression operated through IBM SPSS 25 software.

The results of this study indicate that: (1) Free Shipping Promo has a positive and significant effect on Purchasing Decisions in the Shopee marketplace (2) Online Customer Review has a positive and significant effect on Purchasing Decisions in the Shopee marketplace (3) Online Customer Rating has a positive and significant effect on Purchasing Decisions in the Shopee marketplace (4) Free Shipping Promo, Online Customer Review and Online Customer Rating simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions in the Shopee marketplace.

Keywords: *Keywords: Free Shipping Promo, Online Customer Review, Online Customer Rating, Purchase Decision*

ABSTRAKSI

Risda Novianti (2025). Promo Gratis Ongkir, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee pada Kota Banjarmasin Pembimbing: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) Pengaruh Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin, (2) Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin, (3) Pengaruh *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin, (4) Pengaruh Promo Gratis Ongkir, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan yang menggunakan *marketplace* Shopee. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang dioperasikan melalui software IBM SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promo Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee (2) *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee (3) *Online Customer Rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee (4) Promo Gratis Ongkir, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee.

Kata kunci: Promo Gratis Ongkir, *Online Customer Review*, *Online Customer rating*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	9
ABSTRAKSI.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran Digital	16
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	17
2.2 Promo Gratis Ongkir	21
2.2.1 Promosi	21
2.2.2 Tujuan Promosi.....	22
2.2.3 Bauran Promosi.....	24
2.2.4 Promosi Penjualan	26
2.2.5 Pengertian Promo Gratis Ongkir.....	27
2.2.6 Indikator Promo Gratis Ongkir	29
2.3 <i>Online Customer Review</i>	30
2.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	30
2.3.2 Faktor-faktor <i>Online Customer Review</i>	32

2.3.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	33
2.4 <i>Online Customer Rating</i>	34
2.4.1 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	34
2.4.2 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	35
2.5 Keputusan Pembelian	36
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	37
2.6 Penelitian Terdahulu	38
2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya	39
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	44
3.1 Kerangka Konseptual	44
3.2 Hipotesis Penelitian	44
BAB IV METODE PENELITIAN	48
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	48
4.2 Jenis Penelitian	48
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	49
4.4 Unit Analisis	49
4.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	49
4.5.1 Populasi	49
4.5.2 Sampel	50
4.5.3 Teknik Sampling	50
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	52
4.7 Teknik Pengumpulan Data	55
4.8 Teknik Analisis dan Analisis Deskriptif	56
4.8.1 Teknik Analisis	56
4.8.2 Analisis Deskriptif	57
4.9 Pengujian Instrumen Penelitian	60
4.9.1 Uji Validitas	60
4.9.2 Uji Reliabilitas	61
4.10 Uji Asumsi Klasik	62
4.10.1 Uji Normalitas	62
4.10.2 Uji Multikolinearitas	63
4.10.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.10.4 Uji Linearitas	64

4.11 Analisis Regresi.....	64
4.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.12 Uji Hipotesis.....	65
4.12.1 Uji F (Uji Simultan).....	66
4.12.2 Uji t (Uji Parsial).....	66
4.13 Koefisien Determinasi (R^2)	67
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	68
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
5.2 Hasil dan Analisis.....	69
5.2.1 Karakteristik Responden.....	69
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	73
5.2.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	79
5.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	81
5.2.5 Analisis Regresi	85
5.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	88
5.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
5.2.8 Implikasi Hasil Penelitian.....	95
5.2.9 Keterbatasan Penelitian.....	99
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
6.1 Kesimpulan.....	101
6.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	39
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 4. 2 Skala Likert	58
Tabel 4. 3 Kategori Skala.....	60
Tabel 5. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	70
Tabel 5. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	71
Tabel 5. 3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 5. 4 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Promo Gratis Ongkir	73
Tabel 5. 5 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Online Customer Review	75
Tabel 5.6 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Online Customer Rating ..	76
Tabel 5. 7 Skor Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 5. 9 Hasil Uji Reabilitas	81
Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastitas	83
Tabel 5. 13 Hasil Uji Linearitas	84
Tabel 5. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	85
Tabel 5. 15 Hasil Koefisien Determinasi	87
Tabel 5. 16 Tabulasi Interpretasi Nilai R.....	87
Tabel 5. 17 Hasil Uji F.....	88
Tabel 5. 18 Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Jumlah pengunjung <i>Marketplace</i> terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Contoh <i>Online Customer Review dan Rating</i> di Shopee	4
Gambar 1. 4 <i>Online Customer Rating</i>	5
Gambar 1. 5 Data Responden Prasurvei	6
Gambar 1. 6 Data Responden Prasurvei	7
Gambar 1. 7 Prasurvei Promo Gratis Ongkir	7
Gambar 1. 8 PraSurvei <i>Online Customer Review</i>	8
Gambar 1. 9 PraSurvei <i>Online Customer Rating</i>	9
Gambar 1. 10 PraSurvei Keputusan Pembelian	10
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 4. 1Garis Kontinum	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2: Deskripsi Statistik Variabel.....	113
Lampiran 3: Uji Instrumen.....	119
Lampiran 4: Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 5 : Uji Regresi.....	126
Lampiran 6 : Uji Hipotesis.....	127
Lampiran 7 : Tabel Tabulasi	128