

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE



Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

AHMAD FARID WAJIDI
NIM: 2110312210092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *ONLINE CUSTOMER RATING*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE


Yang disusun oleh:

AHMAD FARID WAJIDI

NIM. 2110312210092

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 3 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

PEMBIMBING



H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si., Ak., CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen FEB ULM



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


LEMBAR PENGESAHAN

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Ahmad Farid Wajidi
NIM : 2110312210092
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Ruang C-7, Kamis 3 Juli 2025
Waktu Ujian : 08.00 - 10.00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si., Ak., CA, ACPA (..........)

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M


Penguji II : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M

BERITA ACARA PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian proposal skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

Nama : Ahmad Farid Wajidi
NIM : 2110312210092
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 21 Januari 2025 (Ruang Sidang 1 Gedung PG)
Waktu Ujian : 14.00 WITA s/d Selesai

Dengan ini telah melakukan perbaikan proposal skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

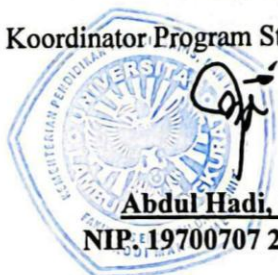

Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si, Ak., CA, ACPA	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan proposal skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

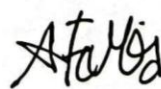
Banjarmasin, 16 Juni 2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



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

Mahasiswa



Ahmad Farid Wajidi
NIM. 2110312210092

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Ahmad Farid Wajidi
NIM : 2110312210092
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 3 Juli 2025 (Ruang C-7)
Waktu Ujian : 08.00 - 10.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

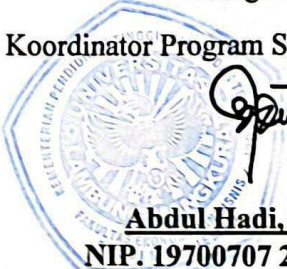

Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si., Ak., CA,ACPA	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.


Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



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

Mahasiswa


Ahmad Farid Wajidi
NIM. 2110312210092

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.

Barito Kuala, 16 Juni 2025



Ahmad Farid Wajidi
NIM. 2110312210092

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta jajaran.
2. Bapak Prof. Dr. 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. Rini Rahmawati, S.E., M.M., selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan selama proses perkuliahan.
5. Bapak H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si., Ak., CA, ACPA, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, saran, serta arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M. dan Ibu Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam memberikan arahan, masukan, dan saran untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
8. Seluruh staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu dengan memberikan informasi selama proses perkuliahan maupun selama proses penelitian skripsi.
9. Kedua orang tua, kakak saya, serta keluarga saya yang selama ini selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya kepada saya dalam menempuh studi ini.
10. Teman-teman saya dari grup Gaze Gang yang selalu mendukung dan mendoakan selama perkuliahan dan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman semasa kuliah yang selalu mendukung dan kebersamai selama perkuliahan ini.

12. Seluruh teman-teman saya yang lainnya di dalam kampus maupun di luar kampus yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu mendukung dan kebersamai selama masa perkuliahan ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua yang telah membantu dan memberikan dukungan dan semangat.
14. Diri saya sendiri Ahmad Farid Wajidi yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini.

Semoga amal baik mereka 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.

Barito Kuala, 16 Juni 2025



Ahmad Farid Wajidi
NIM. 2110312210092

ABSTRACT

Ahmad Farid Wajidi. *The Influence of Online Customer Review, Online Customer Rating, and Price Discount on Purchase Decisions of Shopee Application.*
Supervisor: Ikhwan Faisal.

This research aims to analyze: (1) The Influence of Online Customer Review on Purchase Decisions of Shopee Application, (2) The Influence of Online Customer Rating on Purchase Decisions of Shopee Application, (3) The Influence of Price Discount on Purchase Decisions of Shopee Application.

This type of research is quantitative research. The population and sample are at least 18 years old, domiciled in Banjarmasin City, and had made purchases using the Shopee application. Data was collected from 100 respondents. The sampling technique used a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis techniques.

The research results show that (1) Online Customer Review influence on Purchase Decisions of Shopee Application, (2) Online Customer Rating influence on Purchase Decisions of Shopee Application, (3) Price Discount influence on Purchase Decisions of Shopee Application.

Keywords: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Price Discount, Purchase Decisions.*

ABSTRAK

Ahmad Farid Wajidi. Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee. Pembimbing: Ikhwan Faisal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee, (2) Pengaruh *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee, (3) Pengaruh *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel adalah berusia minimal 18 tahun, berdomisili di Kota Banjarmasin, dan pernah melakukan pembelian menggunakan aplikasi Shopee. Data dikumpulkan dari 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee, (2) *Online Customer Rating* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee, (3) *Price Discount* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee.

Kata kunci: *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *Price Discount*, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI.....	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Online Customer Review</i>	14
2.1.2 <i>Online Customer Rating</i>	17
2.1.3 <i>Price Discount</i>	18
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	30
3.1 Kerangka Konseptual	30
3.2 Hipotesis	31
3.2.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
3.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
3.2.3 Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian	32

BAB IV METODE PENELITIAN.....	34
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
4.2 Jenis Penelitian	34
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	34
4.4 Unit Analisis	35
4.5 Populasi dan Sampel.....	35
4.5.1 Populasi	35
4.5.2 Sampel.....	35
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	36
4.6.1 Variabel Independen	36
4.6.2 Variabel Dependen.....	37
4.6.3 Definisi Operasional Variabel	37
4.7 Teknik Pengumpulan Data	39
4.7.1 Kuesioner.....	39
4.8 Teknik Analisis Data	40
4.8.1 Analisis Deskriptif.....	40
4.8.2 Uji Validitas.....	41
4.8.3 Uji Reliabilitas	42
4.8.4 Uji Outlier	42
4.8.5 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.8.5.1 Uji Normalitas.....	43
4.8.5.2 Uji Multikolinieritas	44
4.8.5.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.8.5.4 Uji Linearitas	45
4.8.6 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.8.7 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	47
4.8.8 Uji Hipotesis	48
4.8.8.1 Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)	48
4.8.8.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	50
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
5.2 Hasil dan Analisis	51
5.2.1 Karakteristik Responden.....	51
5.2.1.1 Usia	52

5.2.1.2	Jenis Kelamin	52
5.2.1.3	Domisili	53
5.2.1.4	Pendidikan Terakhir	54
5.2.2	Analisis Deskriptif	54
5.2.2.1	Analisis Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	55
5.2.2.2	Analisis Deskriptif <i>Online Customer Rating</i>	56
5.2.2.3	Analisis Deskriptif <i>Price Discount</i>	56
5.2.2.4	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	57
5.2.3	Uji Validitas.....	58
5.2.4	Uji Reliabilitas	60
5.2.5	Uji Outlier	61
5.2.6	Uji Asumsi Klasik.....	62
5.2.6.1	Uji Normalitas.....	62
5.2.6.2	Uji Multikolinearitas	63
5.2.6.3	Uji Heteroskedastisitas	63
5.2.6.4	Uji Linearitas	64
5.2.7	Analisis Regresi Linear Berganda	65
5.2.8	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	68
5.2.9	Uji Hipotesis	69
5.2.9.1	Uji F.....	69
5.2.9.2	Uji t	70
5.2.10	Pembahasan Hasil Penelitian	72
5.2.10.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .	73
5.2.10.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	74
5.2.10.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
5.2.11	Implikasi Hasil Penelitian	75
5.2.11.1	Implikasi Teoritis	76
5.2.11.2	Implikasi Praktis	78
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	80
BAB VI PENUTUP		81
6.1	Kesimpulan	81
6.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Marketplace</i> dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia Sepanjang 2023 ...	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Shopee dari Tahun 2017-2023	4
Gambar 1. 3 Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024	5
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 5. 1 Logo Shopee	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden untuk Variabel Online Customer Review.....	55
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden untuk Variabel Online Customer Rating	56
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden untuk Variabel Price Discount.....	56
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 5. 11 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 5. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 5. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 5. 14 Hasil Uji Linearitas	65
Tabel 5. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 5. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	68
Tabel 5. 17 Hasil Uji F	70
Tabel 5. 18 Hasil Uji t	71