

**PENGARUH SALES PROMOTION, E-SERVICE QUALITY DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

**RAHMAT SUBARCAH
1702010182**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
AGUSTUS, 2021**

**PENGARUH SALES PROMOTION, E-SERVICE QUALITY DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

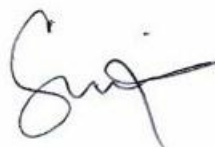


SKRIPSI

**RAHMAT SUBARCAH
1702010182**

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.
NIK. 2160128**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Rahmat Subarkah
NIM : 1702010182
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : **Pengaruh Sales Promotion, E-Service Quality dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.
Anggota 1 : M. Agung Miftahudin, S.E., M.Si.
Anggota 2 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si.

(
(
(



Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 10 Agustus 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahmat Subarkah
NIM : 1702010182
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 10 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Rahmat Subarkah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmat Subarkah
NIM : 1702010182
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh *Sales Promotion*, *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 10 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Rahmat Subarkah

MOTTO

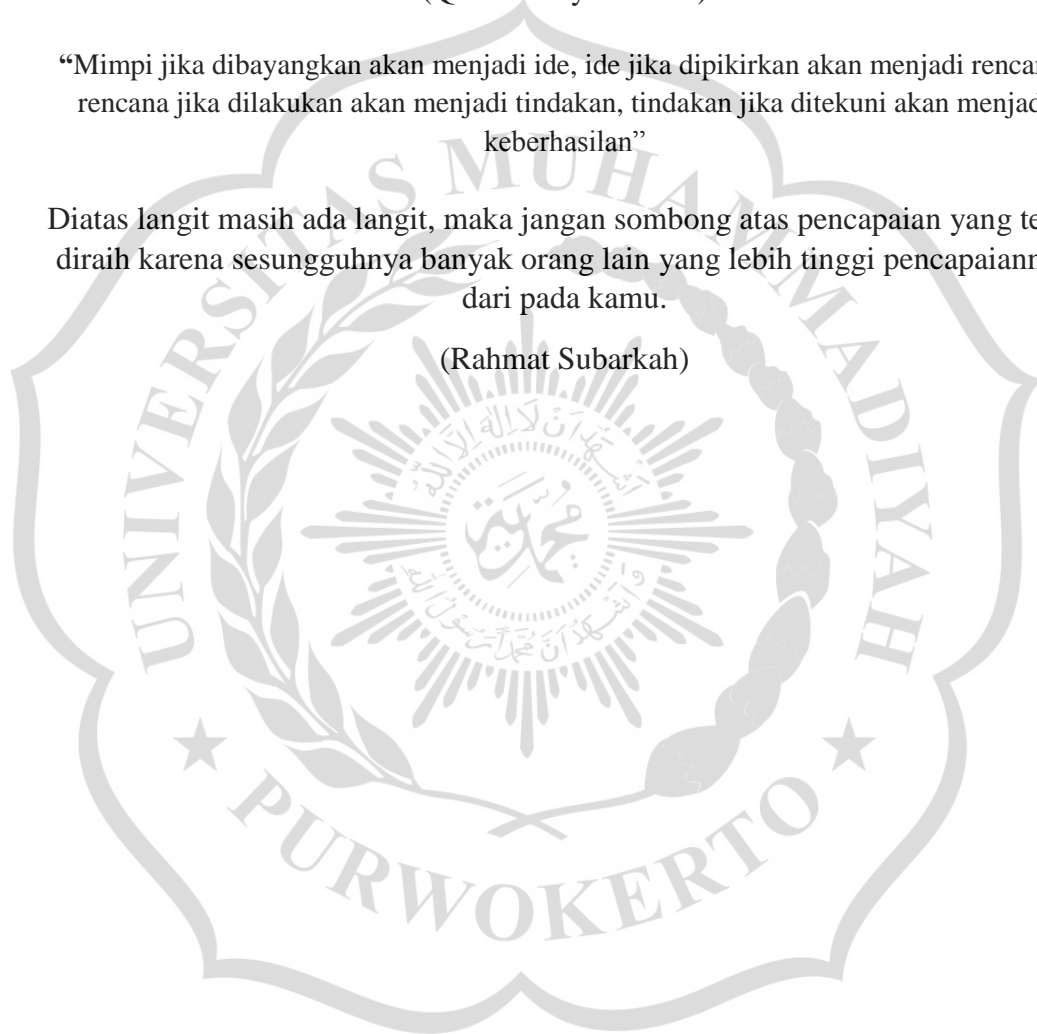
“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”

(Q.S Al-Insiroh: 6-8)

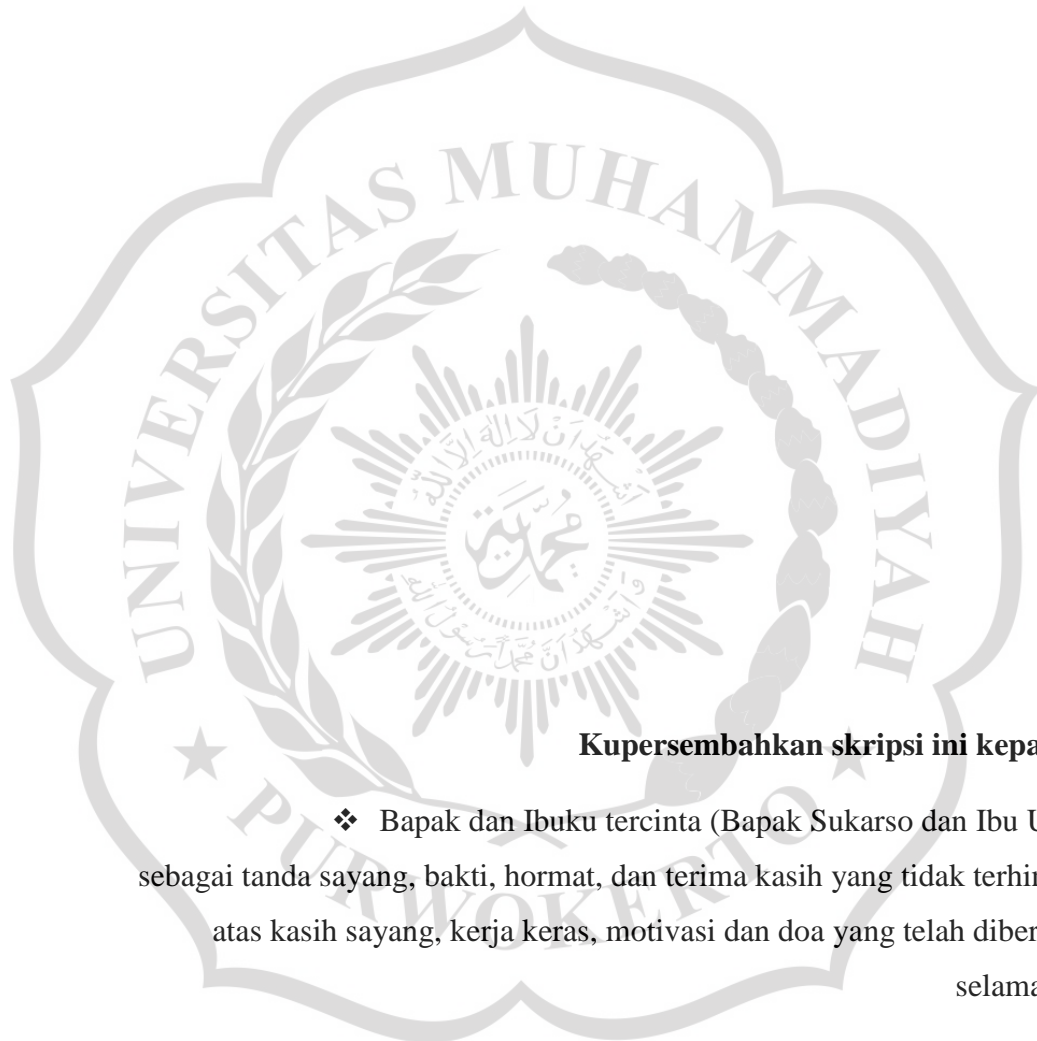
“Mimpi jika dibayangkan akan menjadi ide, ide jika dipikirkan akan menjadi rencana, rencana jika dilakukan akan menjadi tindakan, tindakan jika ditekuni akan menjadi keberhasilan”

Diatas langit masih ada langit, maka jangan sombong atas pencapaian yang telah diraih karena sesungguhnya banyak orang lain yang lebih tinggi pencapaiannya dari pada kamu.

(Rahmat Subarkah)



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Sukarso dan Ibu Umi) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Kakak saya tersayang (Nugraha Eka dan Fathurahman Nugroho) serta adik saya tersayang (Puput Rahmawati) sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Agung Miftahudin, S.E., M.Si, dan Restu Frida Utamu, S.E., M.Si, selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Mahasiswa pengguna *e-commerce* Shopee, terimakasih telah meluangkan waktu untuk membantu penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen D 2017 dengan segala cerita dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan yang akan menjadi cerita di masa depan.
11. Seluruh teman-teman KPK yang telah membantu serta bersedia mendengarkan keluh kesah saya selama penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 10 Agustus 2021

Rahmat Subarkah

**PENGARUH SALES PROMOTION, E-SERVICE QUALITY DAN ONLINE
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-
COMMERCE SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)

Rahmat Subarkah¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: rahmatsubarkah04@gmail.com

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *sales promotion*, *e-service quality*, *online customer review*, dan keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 104 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *sales promotion*, *e-service quality* dan *online customer review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan

Kata kunci : *sales promotion*, *e-service quality*, *online customer review*, keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF SALES PROMOTION, E-SERVICE QUALITY, AND
ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PURCHASING DECISION AT E-
COMMERCE SHOPEE**

(Case Study Of College Student In Purwokerto)

Rahmat Subarkah¹

The Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: rahmatsubarkah04@gmail.com

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si²

The Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of sales promotion, e-service quality, online customer review and purchasing decision. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling method. Based on the criteria, as many as 104 respondents were sampled. The data analysis techniques used in this research were instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple linier regression analysis, and hypothesis testing. Result of this research showed that sales promotion, e-service quality and online customer review have a positive and significant effect on purchasing decision partially and simultaneously.

Keyword : sales promotion, e-service quality, online customer review, and purchase decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Perilaku Konsumen	14
a. Definisi Perilaku Konsumen	14
2. <i>E-commerce</i>	15
a. Definisi <i>E-commerce</i>	15
3. <i>Sales Promotion</i>	17
a. Definisi <i>Sales Promotion</i>	17
b. Dimensi <i>Sales Promotion</i>	19
c. Indikator <i>Sales Promotion</i>	20
4. <i>E-Service Quality</i>	20

a.	Definisi E-Service Quality	20
b.	Indikator E-Service Quality	21
5.	<i>Online Customer Review</i>	22
a.	Definisi Online Customer Review	22
b.	Indikator Online Customer Review	23
6.	Keputusan Pembelian	26
a.	Definisi Keputusan Pembelian.....	26
b.	Indikator Keputusan Pembelian.....	27
B.	Hasil Penelitian Terdahulu	29
C.	Kerangka Pemikiran.....	34
D.	Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		40
A.	Jenis Penelitian.....	40
B.	Populasi dan sampel.....	40
1.	Populasi	40
2.	Sampel.....	40
3.	Jenis dan Sumber data.....	43
C.	Metode Pengumpulan Data.....	44
1.	Kuesioner	44
D.	Variabel Penelitian.....	46
1.	Variable independen atau variable bebas (X)	46
2.	Variabel dependen atau variable terikat (Y).....	46
E.	Definisi Operasional.....	46
F.	Metode Analisis Data.....	50
1.	Uji Instrumen Data	50
a.	Uji Validitas	50
b.	Uji Reliabilitas	51
2.	Uji Asumsi Klasik	52
a.	Uji Normalitas.....	52
b.	Uji Heterokedastisitas	52
c.	Uji Multikolinearitas.....	53
3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	54

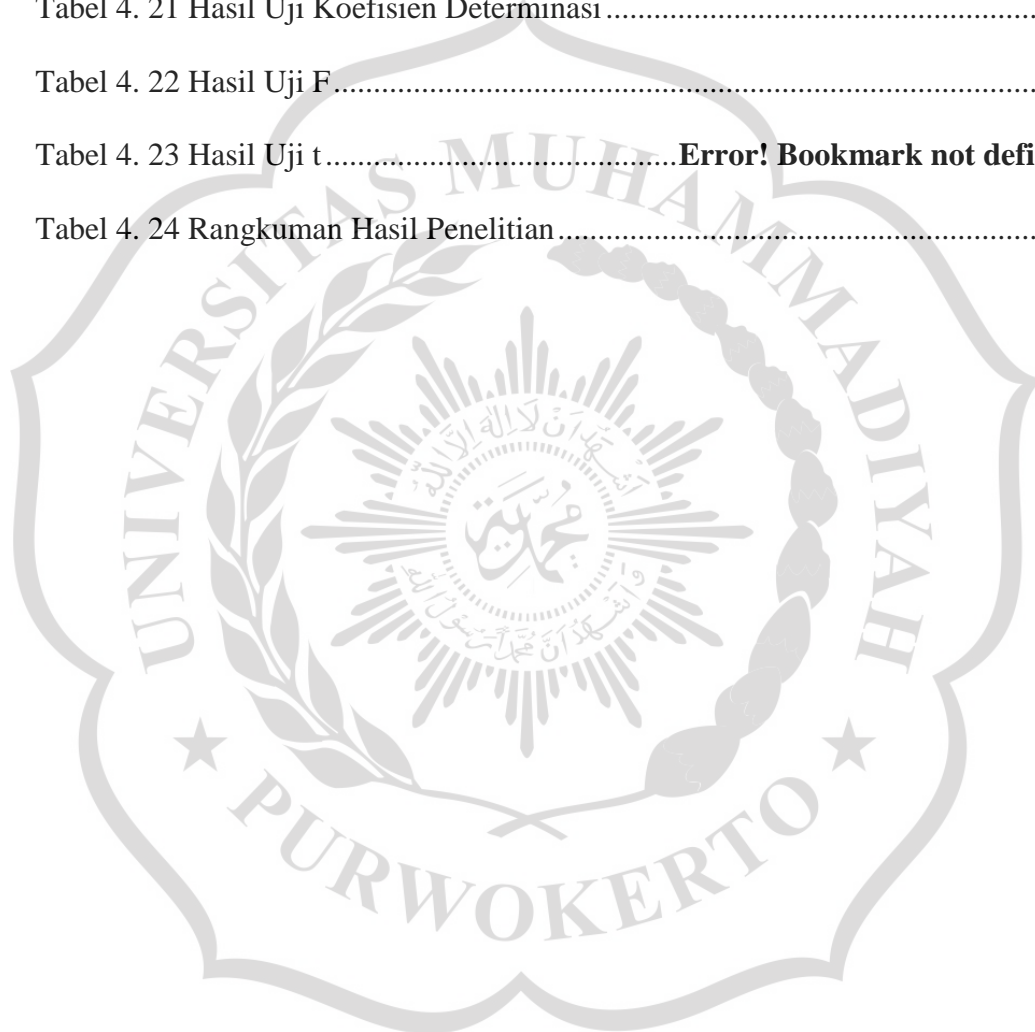
4.	Uji Kecocokan Model	55
a.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
b.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	55
c.	Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	57
BAB IV	62
A.	Hasil Penelitian	62
1.	Gambaran umum PT. Shopee Internasional Indonesia	62
2.	Nilai-nilai yang diterapkan PT. Shopee International Indonesia	64
B.	Deskripsi Responden.....	64
1.	<i>Response Rate</i>	64
2.	Karakteristik Responden	66
C.	Analisis Data.....	71
1.	Analisis Statistik Deskriptif	71
2.	Uji Instrumen Data.....	78
a.	Uji Validitas	78
b.	Uji Reliabilitas	81
3.	Uji Asumsi Klasik.....	82
a.	Uji Normalitas.....	82
b.	Uji Multikolienaritas.....	83
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.	Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	85
5.	Uji Kecocokan Model	87
a.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	87
b.	Uji Simultan (Uji F).....	87
c.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	90
D.	Pembahasan.....	93
BAB V	100
PENUTUP	100
A.	Kesimpulan	100
B.	Keterbatasan.....	100
C.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peta E-commerce di Indonesia.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa di Tiga Perguruan Tinggi Purwokerto Pada Tahun 2020	41
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual, Operasional, Indikator.....	47
Tabel 4. 1 Response Rate	65
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4. 3 Perguruan Tinggi Responden.....	67
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	68
Tabel 4. 5 Pendapatan perbulan	68
Tabel 4. 6 Intensitas Pembelian	69
Tabel 4. 7 Jenis Produk	70
Tabel 4. 8 Hasil analisis statistik deskriptif sales promotion	71
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif E-Service Quality	73
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Online Customer Review	75
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Sales Promotion	79
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas E-Service Quality	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Online Customer Review	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	81

Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolienaritas.....	83
Tabel 4. 19 Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 4. 20 Hasil Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 22 Hasil Uji F.....	88
Tabel 4. 23 Hasil Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 24 Rangkuman Hasil Penelitian.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	56
Gambar 3. 2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	59
Gambar 3. 3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	60
Gambar 3. 4 Kurva Uji Hipotesis keempat	61
Gambar 4. 1 Kurva Uji F.....	89
Gambar 4. 2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	90
Gambar 4. 3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	91
Gambar 4. 4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	92

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1: Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2: Data Deskripsi Responden	114
Lampiran 3 : Hasil Statistik Deskriptif Analisis Responden	127
Lampiran 4: Data Mentah Kuisioner.....	130
Lampiran 5: Analisis Statistik Deskriptif.....	143
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	145
Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	150
Lampiran 8: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	152
Lampiran 9: R Tabel	154
Lampiran 10: F Tabel.....	158
Lampiran 11: T Tabel.....	161