

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING* DAN  
*TAGLINE GRATIS ONGKOS KIRIM* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**

**CUT MEIKA NUR WULANSARI**

**1902010247**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING DAN  
TAGLINE GRATIS ONGKOS KIRIM* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE*

(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

CUT MEIKA NUR WULANSARI

1902010247

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing

Arini Hidayah, S.E., M.Si

NIK. 2160341

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditunjukkan oleh :

Nama : Cut Meika Nur Wulansari  
NIM : 1902010247  
Program Studi : Manajemen S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul Laporan : Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace 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 : Arini Hidayah, S.E.,M.Si

Anggota 1 : Assoc. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, S.E.,M.Si

Anggota 2 : Ika Yusrina Rahmawati, S.E.,M.Sc

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 19 Mei 2023

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Assoc. Prof. Dr. Naclati Tubastuvi, S.E.,M.Si  
NIK. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cut Meika Nur Wulansari  
NIM : 1902010247  
Program Studi : Manajemen S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa 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 menanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto



Cut Meika Nur Wulansari

**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 : Cut Meika Nur Wulansari  
NIM : 1902010247  
Program Studi : Manajemen S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**"Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee ( Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)"**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informasinya, 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.

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 19 Mei 2023

Yang menyatakan,



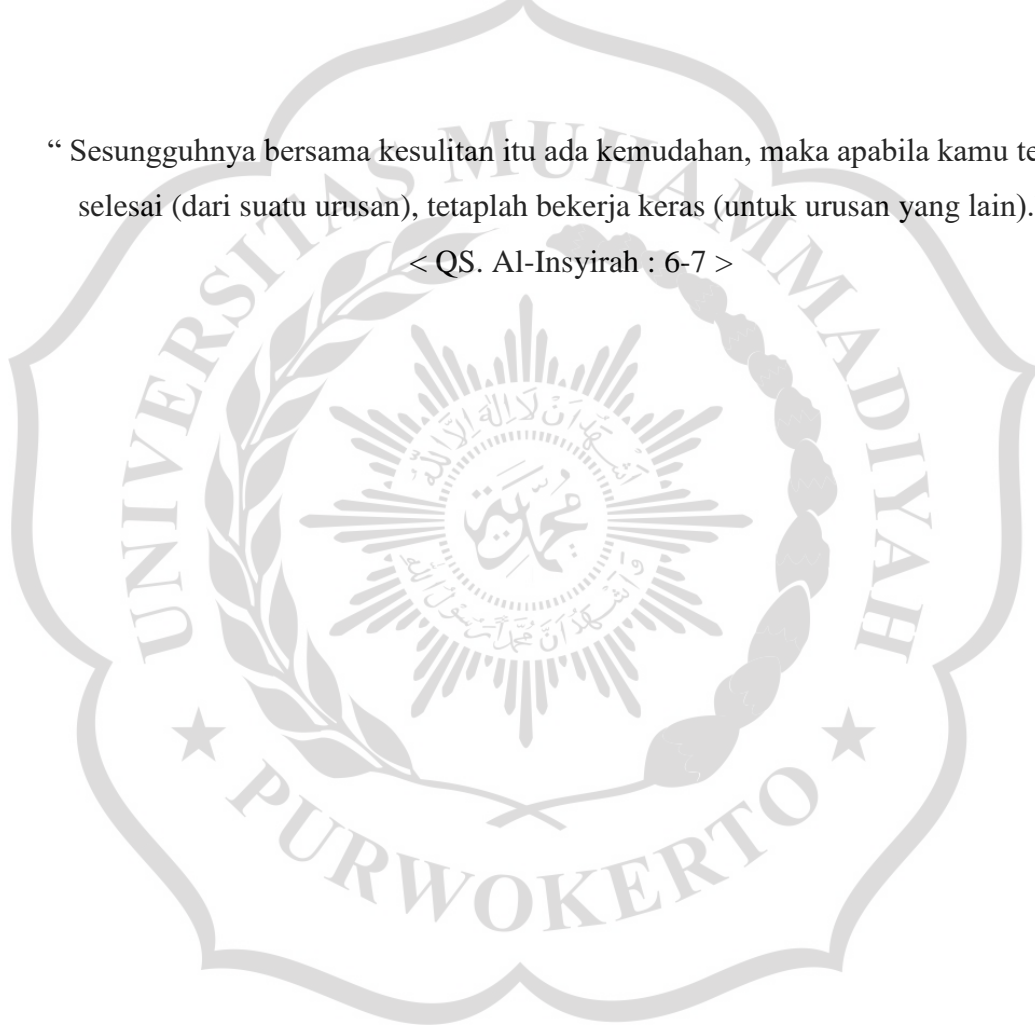
Cut Meika Nur Wulansari

## MOTTO

“Orang lain engga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun engga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

< QS. Al-Insyirah : 6-7 >



## **PERSEMBAHAN**



**Karya ini saya berikan untuk :**  
**Orangtua saya Bapak Sudarno dan Ibu Sri Unon Herawati**  
**Tercinta sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih**  
**Yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan**  
**Doa yang telah diberikan selama ini.**  
**Dan kepada diri saya sendiri terimakasih sudah terus bertahan dan berjuang**  
**Walaupun banyak cerita kehidupan yang harus dilalui.**

## 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 Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan 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. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ns Jebul Suroso S.Kp., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Assoc. Prof, Dr. Naelati Tubastuvi, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
5. Arini Hidayah, S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan.
6. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E.,M.Si., selaku dosen penguji I dan Ika Yustina Rahmawati, S.E.,M.Sc selaku dosen penguji II yang selalu memberikan berbagai saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Untuk kedua orangtua yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa, bimbingan serta kasih sayang sehingga penulis tidak mudah putus asa ketika menghadapi masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Rizky Indra Saputra sebagai kekasih penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat serta selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk tetap terus berjuang menyelesaikan skripsi ini bagaimanapun keadaan yang sedang dihadapi.
10. Nisrina Eka Salsabilla sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta selalu menemani penulis dari penulis memulai skripsi sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Klarisa Arum Pertiwi sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta selalu meyakinkan penulis bahwa semua pasti bisa dilalui, seberat apapun keadaannya.
12. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan berbagai dukungan serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Purwokerto, 19 Mei 2023

Penulis

Cut Meika Nur Wulansari

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *RATING* DAN *TAGLINE GRATIS*  
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*MARKETPLACE SHOPEE***

**(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

**Cut Meika Nur Wulansari<sup>1</sup> Arini Hidayah, S.E.,M.Si<sup>2</sup>**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

*Universitas Muhammadiyah Purwokerto*

[cutmeikaika96@gmail.com](mailto:cutmeikaika96@gmail.com)

[arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online customer review*, *rating*, dan *tagline* gratis ongkos kirim pada pengguna *marketplace* shopee di kalangan mahasiswa Purwokerto. Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebesar 110 responden. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel *online customer review*, *rating* dan *tagline* gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk uji parsial, variabel *online customer review* berpengaruh positif dan tidak signifikan sedangkan untuk variabel *rating* dan *tagline* gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci** : *online customer review*, *rating* , *tagline* gratis ongkos kirim ,keputusan pembelian

***INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, RATING, AND FREE SHIPPING TAGLINE ON PURCHASE DECISIONS AT SHOPEE MARKETPLACE***

*(Study on Students in Purwokerto)*

**Cut Meika Nur Wulansari<sup>1</sup> Arini Hidayah, S.E.,M.Si<sup>2</sup>**

*Faculty of Economics and Business  
University of Muhammadiyah Purwokerto*

[cutmeikaika96@gmail.com](mailto:cutmeikaika96@gmail.com)

[arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of online customer review, rating and the free shipping tagline on marketplace shopee users among Purwokerto student . The selection of samples in this study used purposive sampling. The sample of this study was 110 respondents. The research method in this study is multiple linear regression. The results of the analysis show that simultaneously the variables of online customer review, rating, and the free shipping tagline affect purchasing decisions. For partial tests, the variables of online customer review has a positive and insignificant effect, while the rating and tagline free shipping have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** *online customer review, rating, tagline free shipping, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN, PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran .....	29
D. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel .....	34
C. Jenis, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data.....	38
D. Variabel penelitian .....	39
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
F. Metode Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>84</b>

A. Simpulan .....	84
B. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	84
C. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Riset Persaingan E-Commerce.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa UMP, UNSOED dan UIN SAIZU.....	35
Tabel 3.2 Pembagian Sampel .....	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional .....	39
Tabel 4.1 Response Rate .....	53
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	54
Tabel 4.3 Usia Responden .....	55
Tabel 4.4 Perguruan Tinggi .....	55
Tabel 4.5 Kategori Produk .....	56
Tabel 4.6 Uang Saku .....	57
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Online Customer Review .....	60
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Rating .....	62
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif Tagline Gratis Ongkos Kirim .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Online Customer Review .....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Rating .....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Tagline Gratis Ongkos Kirim .....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	75
Tabel 4.21 Hasil Uji F .....	76
Tabel 4.22 Hasil Uji t .....	77
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skala Pemberian Rating Aplikasi Shopee .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama .....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua ..	49
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga ..	50
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Shopee .....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji t Hipotesis Pertama .....	78
Gambar 4.3 Hasil Uji t Hipotesis Kedua ..	78
Gambar 4.4 Hasil Uji t Hipotesis Ketiga.....	79

