

**PENGARUH GRATIS ONGKIR, KUALITAS PRODUK, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi pada Gen Z Pengguna Shopee di Kabupaten Brebes)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen S1

SITI NAJIYAH

2002010064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH GRA PENGARUH GRATIS ONGKIR,
KUALITAS PRODUK, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
*MARKETPLACE SHOPEE***

(Studi pada Gen Z Pengguna Shopee di Kabupaten Brebes)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen S1

SITI NAJIYAH

2002010064

Diterima dan disetujui oleh:

Pembimbing

M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

NIK. 2160159

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Siti Najiyah
NIM : 2002010064
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Gratis Ongkir, Kualitas Produk, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee (Studi pada Gen Z Pengguna Shopee di Kabupaten Brebes).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

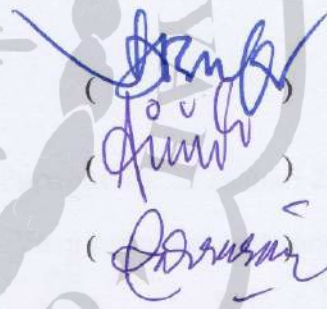
Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E.,M.Si

Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E.,M.Si

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

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2024



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Maenati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 216018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Najiyah
NIM : 2002010064
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, penulis bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Siti Najiyah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Siti Najiyah
Nim : 2002010064
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

**Pengaruh Gratis Ongkir, Kualitas Produk, dan *Online Customer Review*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee
(Studi pada Gen Z Pengguna Shopee di Kabupaten Brebes)**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan atau (*database*), merawat dan mempublikasikan akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Pengakuan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Purwokerto

Pada tanggal : 25 Januari 2024

menyatakan,



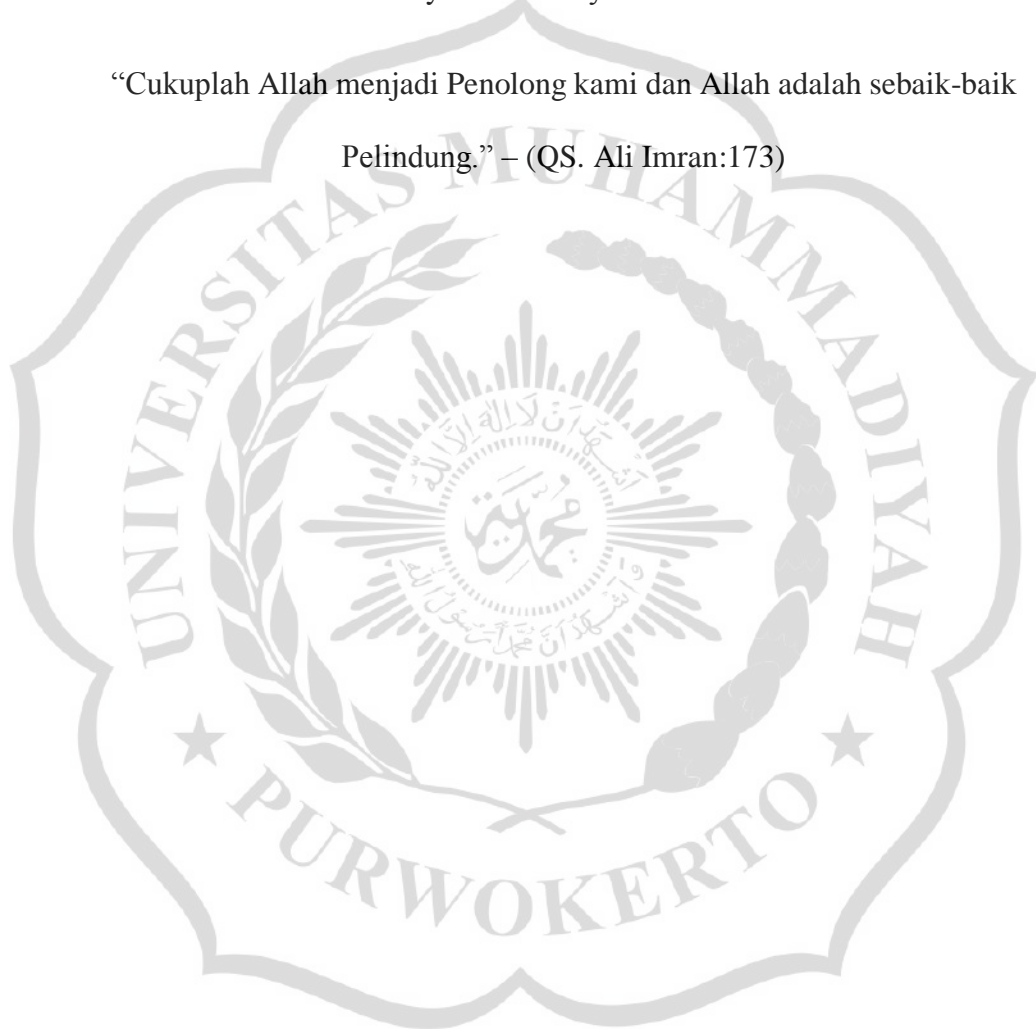
Siti Najiyah

MOTTO

“Kegagalan adalah bagian dari proses hidup untuk menuju keberhasilan”

“ Sometimes the smallest step in the right direction end up being the biggest step
of your life for your succes”

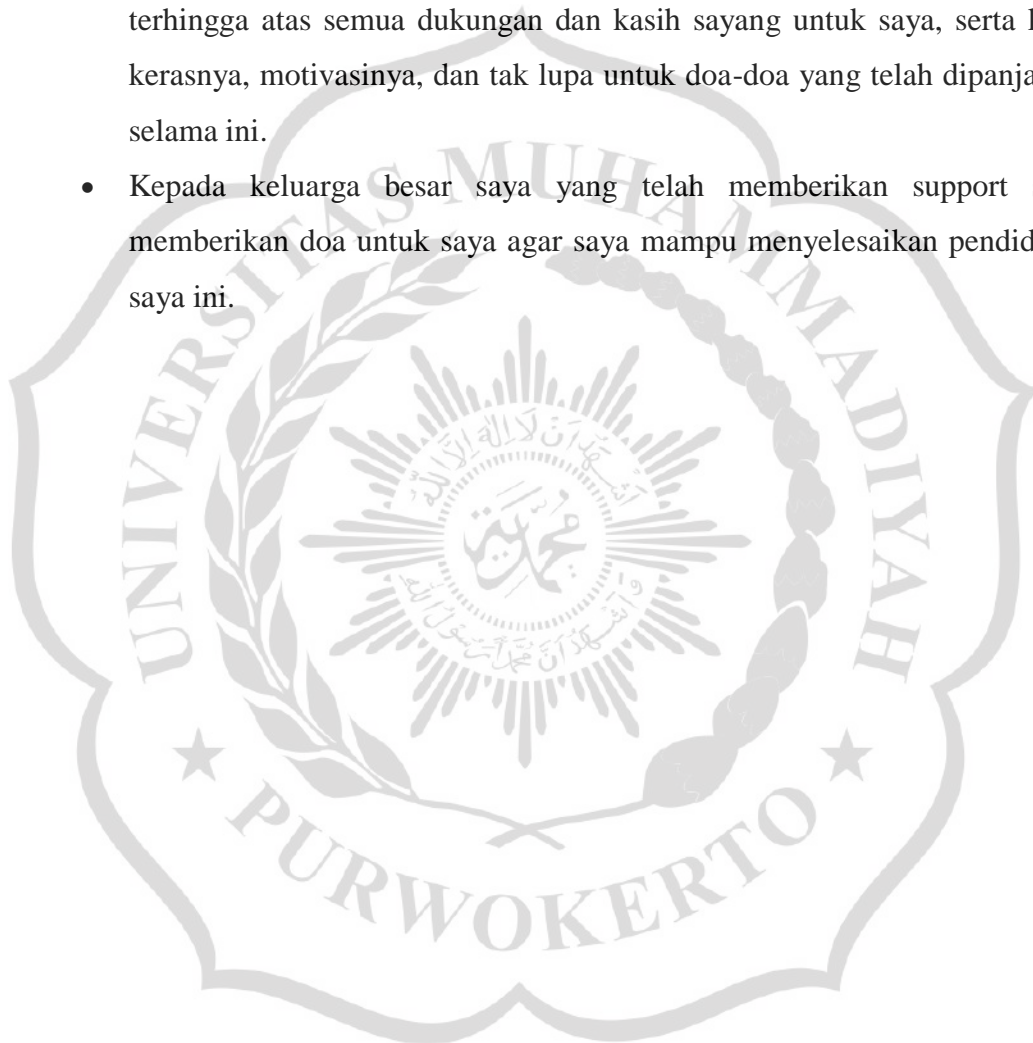
“Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik
Pelindung.” – (QS. Ali Imran:173)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Bapak dan Ibu Saya (Bapak Radi dan Ibu Rustinah) sebagai tanda bakti, hormat, tanda sayang, dan tentunya tanda terima kasih saya yang tak terhingga atas semua dukungan dan kasih sayang untuk saya, serta kerja kerasnya, motivasinya, dan tak lupa untuk doa-doa yang telah dipanjatkan selama ini.
- Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan support serta memberikan doa untuk saya agar saya mampu menyelesaikan pendidikan saya ini.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraatuh.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat karunia dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 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. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, masukan, dorongan semangat, doa, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S. Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku dosen penguji 1 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.
6. Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc selaku dosen penguji 2 serta dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen dan juga yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bantuan dalam bentuk layanan informasi dan fasilitas selama menjalani proses perkuliahan.
7. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan dan segala bantuan dalam bentuk fasilitas layanan yang telah diberikan.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Radi dan Ibu Rustinah atas segala kasih sayang, yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang diberikan baik moral maupun materil, sehingga penulis dapat berjuang meraih mimpi dan kesuksesan serta segala hal baik lainnya demi membahagiakan kalian berdua.
9. Sudara laki-laki penulis yaitu Dawam Munasor yang sudah membantu banyak proses perkuliahan penulis dari pendaftaran hingga selesai kuliah.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen (Jihan, Annisa, Sinta, Laras, Anggun, Agustina, Veny, Seni dan Amanda) dan partner saya (Nasehun Anam) yang sudah membantu penulis menghadapi berbagai kendala dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata harapan penulis semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Amin

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Penulis,



Siti Najiyah



**PENGARUH GRATIS ONGKIR, KUALITAS PRODUK, DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi pada Gen Z Pengguna Shopee Kabupaten di Brebes)**

Siti Najiyah¹, M. Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : stnjyh022702@gmail.com¹ muchammadagungm@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gratis ongkir, kualitas produk, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace* Shopee. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 dengan kriteria yang telah disyaratkan. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial gratis ongkir, kualitas produk, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji F (*goodness of fit*) menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria cocok (*fit*). Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan membantu konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian produk di *marketplace* Shopee.

Kata kunci : Gratis Ongkir, Kualitas Produk, *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian.

***THE INFLUENCE OF FREE SHIPPING, PRODUCT QUALITY,
AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON PRODUCT
PURCHASING DECISIONS ON THE SHOPEE MARKETPLACE***

(Study on Gen Z Shopee Users in Brebes District)

Siti Najiyah¹, M. Agung Miftahuddin²

Faculty of Economics and Business^{1,2}

Muhammadiyah University of Purwokerto^{1,2}

E-mail : , stnjyh022702@gmail.com¹ muchammadagungm@gmail.com

ABSTARCT

This reserach aims to determined the effect of free shipping, product quality, and online customer review on product purchasing decisions at the Shopee marketplace. The sampling technique in this research used purposive sampling. The number of samples used 105 respondent with the required criteria. Based on the results of multiple linear regression analysis testing, it showed that partially free shipping, product quality, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions. While the results of the F test showed that the regression equation model formed is suitable. Therefore, the results of this research are expected to help consumers before making product purchasing decisions on the Shopee marketplace.

Keywords: *Free Shipping, Product Quality, and Online Customer Reviews, and Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAU PUSTAKA.....	12

A. LandasanTeori	12
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel.....	42
C. Metode Pengumpulan Data.....	44
D. Variabel Penelitian.....	45
E. Definisi Operasional	46
F. Metode Analisis Data.....	49
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian.....	61
B. Pembahasan	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Simpulan.....	85
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Marketplace Pengunjung Terbanyak Oktober 2023	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	46
Tabel 4.1 Response Rate.....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan.....	65
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Pernyataan Gratis Ongkir.....	66
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Pernyataan Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Pernyataan Online Customer Review.....	68
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Pernyataan Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	57
Gambar 3.2 Kurva Uji t (Parsial) Pertama	59
Gambar 3.3 Kurva Uji t (Parsial) Kedua	61
Gambar 3.4 Kurva Uji t (Parsial) Ketiga	62
Gambar 4.1 Kurva Hasil Pengujian F	81
Gambar 4.2 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	85
Gambar 4.3 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kedua	86
Gambar 4.4 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga	87
Gambar 4.2 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis.....	8