



UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA

## SKRIPSI

# **Pengaruh Reputasi *dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee kepada Mahasiswa Manajemen 2018 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Desy Ulfa Fitriyanti  
181500235

Dosen Pembimbing  
Bisma Arianto, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

**Pengaruh Reputasi dan *Online Customer Review*  
Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee  
kepada Mahasiswa Manajemen 2018 Universitas  
PGRI Adi Buana Surabaya**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**DESY ULFA FITRIYANTI**

**NIM : 181500235**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2022**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Dan Online  
Customer Review Terhadap Keputusan  
Pembelian Di Aplikasi Shopee Kepada  
Mahasiswa Manajemen 2018  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Desy Ulfa Fitriyanti
- b. NIM : 181500235
- c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk  
diuji :

Tanggal : 25 Mei 2022

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,



Bisma Arianto, S.E., M.M.  
NPP : 1302663/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee kepada Mahasiswa Manajemen 2018 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Desy Ulfa Fitriyanti
- b. NIM : 181500235
- c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : [desyulvafitriyanti@gmail.com](mailto:desyulvafitriyanti@gmail.com)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



\*I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M.  
NPP : 1109598/DY

Surabaya, 08 Agustus 2022  
Dosen Pembimbing



Bisma Arianto, S.E., M.M.  
NPP : 1302663/DY

Mengetahui,  
Dekan



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.  
NPP : 0709494/DY

## **BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Jumat

Tanggal : 10 Juni

Tahun : 2022

Mengetahui,  
Dosen Penguji I



Dr. Noerchoidah, S.E., M.M.

NIP.2004913/DY

Dosen Penguji II



Siti Samsiyah, S.E., M.M.

NPP. 1511749/DY

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. Nama : Desy Ulfa Fitriyanti
- b. NIM : 181500235
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "*Pengaruh Reputasi dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee kepada Mahasiswa Manajemen 2018 Universitas PGRI Asdi Buana Surabaya*" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (*ditemukan unsur plagiasi*), maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 Agustus 2022

Mahasiswa,



v

Desy Ulfa Fitriyanti

NIM : 181500235

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga mampu menyelesaikan ini dengan tepat waktu. Dengan judul skripsi “**Pengaruh Reputasi dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee kepada Mahasiswa Manajemen 2018 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari pihak lain. Sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo M.S selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.S.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Bisma Arianto, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selama berada pada bangku kuliah.
6. Kepada keluarga yang tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa

terhadap penulis sampai penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.

7. Kepada teman-teman yang selalu support dan memberikan dukungan selama di perkuliahan.
8. Dan teria kasih semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 12 April 2022

Peneliti



## **MOTTO**

Kamu bisa berpikir dengan otak yang kamu miliki, kamu memiliki kaki dalam sepatumu. Kamu bisa mengarahkan dirimu sendiri ke arah manapun yang kamu pilih. Kamu adalah orang yang akan memutuskan ke mana harus pergi.

(Dr.Seuss)

## **ABSTRAK**

Sejauh ini, pandemi COVID-19 telah menyebar ke seluruh Indonesia dan dunia; jadi membatasi aktivitas orang di luar rumah adalah pendekatan terbaik untuk menghentikan penyebarannya. Temukan e-commerce/marketplace terpercaya atau jadilah spesialis internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari Anda. Pelanggan potensial menghadapi sejumlah bahaya saat membeli secara online, beberapa di antaranya dapat mengakibatkan kerugian finansial. Untuk membatasi bahaya calon pelanggan, calon konsumen dapat melihat seberapa baik pasar yang mereka rencanakan untuk digunakan dalam transaksi online. Ulasan pengguna sebelumnya juga merupakan sumber informasi yang baik untuk diperiksa. Reputasi Shopee dan evaluasi pelanggan online diperiksa dalam penelitian ini untuk menentukan apakah mereka berdampak pada keputusan pembelian pelanggannya atau tidak. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan jumlah sampel 130. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi. Skala Likert yang digunakan dalam kuesioner mengharuskan penggunaan MSI untuk menganalisis data, yang akan dievaluasi untuk asumsi klasik. Kemudian, dengan menggunakan SPSS 26, kami menilai hipotesis menggunakan uji F (simultan) dan uji T (berhubungan). Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan Shopee dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti reputasi dan ulasan pelanggan online. Keputusan pembelian konsumen di Shopee dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh reputasi

perusahaan dan ulasan pelanggan online, menurut hasil uji F dan t.

**Kata kunci** : Reputasi, Online Customer Review, dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Hence far, the COVID-19 epidemic has spread throughout Indonesia and the world; so limiting people's activities outside their houses is the best approach to stop it from spreading. Find a reliable e-commerce / marketplace or become an internet specialist to meet your everyday needs. Potential customers confront a number of dangers when purchasing online, some of which may result in financial losses. In order to limit the danger of prospective customers, potential consumers might look at how well the marketplace they plan to use in online transactions is regarded. The reviews of past users are also a good source of information to check for. Shopee's reputation and online customer evaluations were examined in this study to determine whether or not they had an impact on the purchasing decisions of its customers. This study employs a quantitative methodology with a sample size of 130. A questionnaire is used to gather information. The Likert scale utilized in the questionnaire necessitates the use of MSI to analyze the data, which will be evaluated for classical assumptions. Then, using SPSS 26, we assessed the hypothesis using the F test (simultaneous) and the T test (pertinent). The results of the multiple linear regression test reveal that Shopee customers' purchase decisions are influenced by factors such as reputation and online customer reviews. Consumer purchase decisions at Shopee are influenced positively and significantly by the company's reputation and online customer reviews, according to the results of both the F and T tests.*

**Keyword** : *Reputation, Online Customer Reviews, and Purchase Decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>BAB II</b> .....	9
<b>TELAAH PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	9
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.2 Reputasi.....	17
2.2.3 <i>Online Customer Review</i> .....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	23
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	32
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	33
<b>BAB III</b> .....	37
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	37

<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	37
<b>3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	41
3.3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.3.2 Sumber Data.....	41
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	41
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	41
3.4.2 Kuesioner.....	42
3.4.3 Skala Pengukuran.....	42
3.4.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	43
<b>3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel</b> .....	44
3.5.1 Variabel Penelitian.....	44
3.5.2 Operasional Variabel.....	46
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	48
3.6.1 Pengujian Instrument Penelitian.....	48
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	49
3.6.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	52
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	52
<b>BAB IV</b> .....	55
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	55
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	55
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	55
<b>4.2 Karakteristik Responden</b> .....	56
<b>4.3 Deskripsi Hasil Penelitian</b> .....	57
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan.....	57
<b>4.4 Analisis Data Penelitian</b> .....	60
4.4.1 Persiapan Analisis Data.....	60

4.4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	61
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.4.5 Hipotesis Penelitian.....	69
4.4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
<b>BAB V.....</b>	<b>77</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

3.1 Skala Likert .....	43
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	56
4.2 Distribusi Frekuensi Reputasi (X1).....	57
4.3 Distribusi Frekuensi <i>Online Customer Review</i> (X2)...	58
4.4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.5 Tabel Uji Validitas.....	61
4.6 Tabel Uji Reliabilitas .....	64
4.7 Tabel uji Normalitas.....	65
4.8 Tabel Uji Multikolinearitas.....	66
4.9 Tabel Uji Autokorelasi.....	67
4.10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
4.11 Tabel Pengujian Uji t .....	70
4.12 Hasil Pengujian Uji F.....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Peningkatan Kunjungan Web Bulanan Shopee .....	2
Gambar 1.2 Review Online Pengguna Shopee di Playstore dan Appstore .....	4
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 3.1 rancangan Penelitian .....	38
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	55
Gambar 4.2 Scatterplot .....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Berita acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Persetujuan Ujian Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 6 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 : Tabulasi X1
- Lampiran 8 : Tabulasi X2
- Lampiran 9 : Tabulasi Y
- Lampiran 10 : Perhitungan SPSS Versi 26

