

**PENGARUH HARGA, REPUTASI *VENDOR*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI SHOPEE**



OLEH:
ALIVIA RAHMA ARDIANTI
51416004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020**

PENGARUH HARGA, REPUTASI *VENDOR*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI SHOPEE

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
ALIVIA RAHMA ARDIANTI
51416004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, REPUTASI *VENDOR*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI SHOPEE**

Oleh :
ALIVIA RAHMA ARDIANTI
51416004

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'D' followed by a horizontal line and a smaller signature.

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Tanggal : 24 September 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Alivia Rahma Ardianti NIM 51416004
Telah diuji pada tanggal 24 September 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Mengetahui,

Dekan,

Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,

Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alivia Rahma Ardianti

NIM : 51416004

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Reputasi *Vendor* dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Shopee.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 24 September 2020

Yang menyatakan



Alivia Rahma Ardianti

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Reputasi *Vendor*, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Shopee”. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat sebagai tugas akhir dalam menempuh Program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesainya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa berperan secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Sehingga pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah dengan sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc. selaku ketua jurusan manajemen yang telah memberikan izin penelitian dan dukungan serta motivasi untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kepada Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
5. Kepada kedua orangtuaku tercinta Bapak Sukardi dan Ibu Juantini dan adik kandungku Hasna Tiffany Ardianti, mereka adalah segalanya bagi saya, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan baik secara moral dan materiil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.

6. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Sahabatku tersayang Diyah Ayu, Angely Handyana, Dita Retno yang telah membantu dan menemani suka duka saya selama empat tahun ini dan kaka tingkatku yang baik hati mas Benny dan mbak Tiara yang telah memberikan motivasi dan bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Teman seperjuanganku, teman-teman seorganisasi, teman-teman KKN, dan teman-teman lainnya terimakasih untuk kisah dan kasih selama masa kuliah ini.
9. Seluruh responden yang ada pada obyek penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan penulisan sehingga laporan penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut lagi. Semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat da berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 24 September 2020



Alivia Rahma Ardianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.2 Hubungan Antar Variabel	19
2.2.1 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	19
2.2.2 Hubungan Reputasi <i>Vendor</i> Dengan Keputusan Pembelian.....	20
2.2.3 Hubungan Ulasan Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Hipotesis.....	25
2.5 Model Penelitian/Kerangka Konseptual	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian	26
3.2.2 Definisi Operasional	26
3.2.3 Pengukuran Variabel	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	31

3.5.3 Teknik Penyampelan	31
3.6 Analisis Data	32
3.6.1 Uji Kualitas Data	32
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	34
3.6.4 Pengujian Hipotesis	34
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum Indonesia	36
4.1.2 Gambaran Umum Shopee.....	36
4.2 Deskripsi Data.....	37
4.2.1 Deskripsi Responden	37
4.2.2 Deskripsi Variabel	41
4.3 Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1 Uji Kualitas Data	45
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	46
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	49
4.3.4 Pengujian Hipotesis	50
4.4 Pembahasan.....	53
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Saran.....	58
5.3.1 Saran Akademis	58
5.3.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	24
Tabel 3.1	Jumlah Sampel	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	39
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Perangkat	39
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	40
Tabel 4.7	Rentang Skala	41
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga.....	42
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Variabel Reputasi Vendor.....	43
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel Ulasan Produk	43
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2	Model Penelitian	25
Gambar 4.1	Logo Shopee.....	37
Gambar 4.2	Grafik Normal P-Plot	47
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot	48
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Harga	51
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Reputasi Vendor.....	51
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Ulasan Produk	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Jawaban Pernyataan Kuesioner
- Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Tabel t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif harga, reputasi *vendor*, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk *online* di Shopee dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling* dan *proportionate stratified random sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda yaitu uji t dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga, reputasi *vendor*, dan ulasan produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,669 (66,9%) artinya 66,9% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, reputasi *vendor* dan ulasan produk, sedangkan sisanya 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam persamaan model regresi ini. Dalam penelitian ini variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel reputasi *vendor*.

Kata Kunci: *Harga, Reputasi Vendor, Ulasan Produk, dan Keputusan Pembelian.*

THE EFFECT OF PRICE, VENDOR REPUTATION, AND PRODUCT REVIEWS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE

ABSTRACT

This study aims to test the significance of the positive effect of price, vendor reputation, and product reviews on consumer purchasing decisions at Shopee. The sample in this study were consumers who had purchased online products at Shopee with a total sample of 100 respondents using purposive sampling technique and proportionate stratified random sampling. The analysis technique used multiple linear regression, namely the t test with the help of the SPSS 22 for windows program. The results of this study found that price, vendor reputation, and product reviews partially have a significant and positive effect on consumer purchasing decisions at Shopee. The coefficient of determination (R^2) of 0.669 (66.9%) means that 66.9% of the purchasing decision variable is influenced by price, vendor reputation and product reviews, while the remaining 33.1% is influenced by other variables not in the regression model equation. this. In this study, the dominant variable that affects purchasing decisions is vendor reputation variable.

Keywords: Price, Vendor Reputation, Product Reviews, and Purchase Decisions