

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ONLINE  
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA  
*MARKETPLACE SHOPEE***

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh  
Putri Dewi Aulia  
Nim 1817041210**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2022**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI  
GELAR SARJANA EKONOMI**

**Menyetujui**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.  
NIP. 198207292010122003



Drs. Wayan Cipta, M.M.  
NIP. 195912311986031019

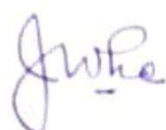
Skripsi oleh Putri Dewi Aulia  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 23 Maret 2022

**Dewan Penguji**



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.  
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Drs. Wayan Cipta, M.M.  
NIP. 195912311986031019

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si  
NIP. 198502202010121007

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :  
Hari : Rabu  
Tanggal : 23 Maret 2022

**Mengetahui.**

Ketua Ujian.



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian



Komang Krisna Beryanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001



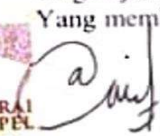
Dr. Gede Adi Yumarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada *Marketplace* Shopee" beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengtipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 23 Maret 2022  
Yang membuat pernyataan



  
Putri Dewi Aulia  
NIM. 1817041210

**MOTTO**

**“JALAN TAKUT MELANGKAH LEBIH JAUH”**



**(PUTRI DEWI AULIA)**

## **KATA PERSEMBAHAN**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dan junjungan Nabi Muhammad SAW atas anugerah dan karunia-NYA yang diberikan, sehingga dengan begitu skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada Pembimbing Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M dan Bapak Drs. Wayan Cipta, M.M yang selalu penuh tanggung jawab memberikan bimbingan, saran dan pengarahan hingga setiap goresan tinta yang penuh arti dituangkan dalam skripsi ini, telah mengantarkan saya pada kelulusan.

Keluarga tercinta, Muhamad Tahir (Bapak), Rademah (Ibu) yang telah bekerja keras, penuh pengorbanan, dan kesabaran mengantarkan saya, sehingga saya bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Saudara-saudaraku, Hermitha Rosiana, S.E. (Kakak), Dinda Hasna Ivana (Adik) untuk rasa kepedulian kasih sayang, yang membuat hari-hari saya bermakna. Terimakasih untuk segenap cinta, doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada henti setiap langkah perjalanan dalam hidup saya.

Untuk teman-teman dan sahabat, kakak tingkat dan adik tingkat Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Terimakasih atas semangat dan motivasi kalian.

**TERIMAKASIH**

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunianya lah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E, M.Si selaku ketua jurusan manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M selaku koordinator program studi manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang senantiasa mendampingi, membimbing, memberikan motivasi, penuh tanggung jawab dan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Drs. Wayan Cipta, M.M selaku Pembimbing II sekaligus sebagai Pembimbing Akademik yang dengan segala kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selaku membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha serta staf di Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam proses pengimputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan nilai perkuliahan.



9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua saya, saudara dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan perhatian, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada diri sendiri yang sudah mampu untuk menyelesaikan tanggung jawab atas pilihan yang telah diambil.
12. Kepada teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2018.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Singaraja, 11 Februari 2022

Penulis,

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| PRAKATA .....  | i       |
| ABSTRAK .....  | iii     |
| Daftar Isi .....                                       | iv      |
| Daftar Tabel .....                                     | vii     |
| Daftar Gambar .....                                    | viii    |
| Lampiran .....   | ix      |
| <br>   |         |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                 | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian .....            | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian .....              | 7       |
| 1.3 Pembatasan Masalah Penelitian .....                | 7       |
| 1.4 Rumusan Masalah Penelitian .....                   | 8       |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                            | 8       |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                           | 8       |
| <br>   |         |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                             | 10      |
| 2.1 Kajian Teoretis .....                              | 10      |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian .....                        | 10      |
| 2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....           | 10      |
| 2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian .....            | 11      |
| 2.1.2 Kualitas Produk .....                            | 12      |
| 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....               | 12      |
| 2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk .....                | 12      |
| 2.1.3 <i>Online Customer Review</i> .....              | 13      |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i> ..... | 13      |
| 2.1.3.2 Indikator <i>Online Customer Review</i> .....  | 14      |
| 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....            | 14      |

|   |    |
|---|----|
| 2.3 Hubungan Antar Variabel .....   | 19 |
| 2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian ..... | 19 |
| 2.3.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....                                   | 21 |
| 2.3.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....                     | 22 |
| 2.4 Kerangka Berpikir .....   | 23 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian .....  | 25 |
| <br>  |    |
| BAB III METODE PENELITIAN.....  | 26 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....   | 26 |
| 3.2 Rancangan Penelitian .....  | 26 |
| 3.3 Subjek Dan Objek Penelitian .....   | 27 |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....  | 27 |
| 3.5 Variabel dan Definisi Operasional Dalam Penelitian .....  | 28 |
| 3.6 Metode dan Instrumen .....  | 30 |
| 3.6.1 Metode Pengumpulan Data .....   | 30 |
| 3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data .....  | 30 |
| 3.7 Metode Analisis dan Teknik Analisis Data .....  | 33 |
| 3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....   | 34 |
| 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 35 |
| 3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....   | 36 |
| 3.8 Pengujian Hipotesis .....   | 36 |
| 3.8.1 Uji F (Secara Simultan) .....   | 37 |
| 3.8.2 Uji t (Secara Parsial) .....  | 37 |
| <br>  |    |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....   | 39 |
| 4.1 Deskripsi Data .....  | 39 |
| 4.2 Pengujian Asumsi .....  | 41 |

|   |    |
|---|----|
| 4.2.1 Uji Asumsi Klasik .....   | 41 |
| 4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 43 |
| 4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....  | 45 |
| 4.3 Pengujian Hipotesis .....   | 46 |
| 4.3.1 Hubungan Kualitas Produk ( $X_1$ ) Dan <i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....  | 46 |
| 4.3.2 Hubungan Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....   | 47 |
| 4.3.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....                               | 47 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....   | 48 |
| 4.4.1 Hubungan Kualitas Produk ( $X_1$ ) Dan <i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... | 48 |
| 4.4.2 Hubungan Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....   | 50 |
| 4.4.3 Hubungan <i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....                               | 51 |
| 4.4.4 Keterbatasan Penelitian .....   | 52 |
| 4.5 Implikasi .....   | 53 |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  | 54 |
| 5.1 Rangkuman .....   | 54 |
| 5.2 Simpulan .....  | 56 |
| 5.3 Saran .....   | 56 |
| Daftar Rujukan .....  | 58 |
| Lampiran .....  | 62 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel     |  | Halaman |
|-----------|--|---------|
| Tabel 2.1 | Hasil Penelitian Terdahulu .....                 | 15      |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel Penelitian .....   | 29      |
| Tabel 3.2 | Hasil Uji Reliabilitas .....                     | 32      |
| Tabel 3.2 | Hasil Uji Validitas .....                        | 33      |
| Tabel 4.1 | Hasil Uji Normalitas Data .....                  | 42      |
| Tabel 4.2 | Hasil Uji Multikolinieritas .....                | 43      |
| Tabel 4.3 | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....              | 43      |
| Tabel 4.4 | Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 44      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar     |  | Halaman |
|------------|--|---------|
| Gambar 2.1 | Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 25      |
| Gambar 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 40      |
| Gambar 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Semester .....   | 40      |
| Gambar 4.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Pada <i>Marketplace</i> Shopee .....                              | 41      |
| Gambar 4.4 | Struktur Hubungan Pengaruh Kualitas Produk Dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....     | 44      |



## LAMPIRAN

| Lampiran   | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 01. Situs Belanja <i>Online</i> di Indonesia .....  | 63      |
| Lampiran 0. Kuesioner Penelitian .....   | 64      |
| Lampiran 03. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualias Produk<br>( $X_1$ ) dan <i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ ) Terhadap<br>Keputusan Pembelian ( $Y$ ) ..... | 67      |
| Lampiran 04. Data Kuesioner .....  | 69      |
| Lampiran 05. Hasil Output SPSS .....   | 73      |

