

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN ULASAN
PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada *Marketplace* Shopee Pulau Jawa)

SKRIPSI



Nama : Juveltin Ceriana Tel
NIM : 43119110058

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN ULASAN
PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Pada Marketplace Shopee Pulau Jawa)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Juveltin Ceriana Tel
NIM : 43119110058

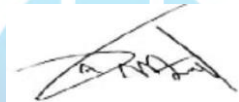
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Juveltin Ceriana Telaumbanua
NIM : 43119110058
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ULASANPEMBELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pada
Marketplace Shopee Pulau Jawa) Tanggal Sidang
: 18 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing


Amzad Samudro, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA


Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233246



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juveltin Ceriana Telaumbanua
NIM : 43119110058
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2023



Juveltin Ceriana Telaumbanua
NIM: 43119110058

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan ulasan pembeli terhadap keputusan pembelian studi pada Marketplace Shopee Pulau Jawa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Shopee wilayah Pulau Jawa. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 orang, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian menggunakan koesioner. Metode analisis data menggunakan Statistikal Package for the Social Sciens (SPSS) Versi 25. Penelitian ini membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan pembeli tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Ulasan Pembeli, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the influence of price, product quality, and buyer reviews on purchasing decisions, with a focus on the Shopee Marketplace in the Java Island region. The population for this study comprises all consumers who shop on Shopee within the Java Island area. A sample of 100 individuals was selected using the Hair formula for sample size calculation. The sampling method employed was purposive sampling. Data was collected through a survey method, utilizing a questionnaire as the research instrument. Data analysis was carried out using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Version 25. The findings of this study demonstrate that price has a positive and significant impact on purchasing decisions. Product quality also exerts a positive and significant influence on purchasing decisions. However, buyer reviews do not positively and significantly affect purchasing decisions.

Keywords: Price, Quality, Buyer Reviews, Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Ulasan Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Marketplace Shopee Pulau Jawa)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Sebagai manusia biasa peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Amzad Samudro, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Amzad Samudro, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
6. Bapak Muhamad, SE, MM, selaku dosen tugas akhir yang telah memberikan pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan staff program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu yang dimilikinya kepada penulis.
8. Bapak dan Alm. Mama yang selalu menyemangati, memberi nasehat serta senantiasa mendoakan saya.
9. Kakak, adik dan keluarga besar yang selalu mendoakan, memotivasi dan selalu mendukung saya.
10. Sahabat-sahabat saya Mushlikhah, Nissa dan Nurul Rahmadhani yang telah memotivasi saya selama penyusunan penelitian ini.
11. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2019, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini

Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila ada ketidaksesuaian kalimat dan kesalahan. Meskipun demikian, penulis terbuka pada kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan ilmiah ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Agustus 2023



(Juveltin Ceriana Telaumbanua)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAC	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2 Perilaku Konsumen	15
2.3 Keputusan Pembelian	19
2.4 Harga	22
2.5 Kualitas Produk	25
2.6 Ulasan Pembeli	27
B. Pengembangan Hipotesis	34
C. Kerangka Konseptual	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.2 Desain Penelitian	37
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38

3.3.1 Definisi Variabel	38
3.3.2 Operasionalisasi Variabel	38
3.4 Skala Pengukuran Variabel	41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.7 Uji Instrumen Penelitian	43
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.8 Analisis Deskriptif	45
2.9 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.10 Uji Asumsi Klasik	46
1 Uji Normalitas	46
2 Uji Heteroskedastisitas	46
3 Uji Multikolinearitas	47
4 Uji autokorelasi	47
5 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.11 Uji Hipotesis	47
1. Uji T Parsial	47
2. Uji F Simultan	48
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Perusahaan	49
B. Karakteristik Responden	50
4.1 Analisis Deskriptif	53
4.1.1 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	54
4.2 Uji Validitas Data	62
4.3 Uji Reabilitas	64
4.4 Uji Heteroskedastisitas	66
4.5 Uji Multikolonieritas	67
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	67

4.7 Pembahasan	71
4.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	72
BAB V PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan	75
6.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Harga	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Ulasan Pembeli	41
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden mengenai Kualitas	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai Harga	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden mengenai Ulasan Pembeli	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Ulasan	64
Tabel 4. 12 Uji Reabilitas	65
Tabel 4.13 Kolmogorov Smirnov	65
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 15 Pengujian Multikolonieritas	67
Tabel 4. 16 Model Regresi pengujian Hipotesis	67
Tabel 4.17 Uji F	69
Tabel 4.18 Model Sumamary b	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia Per April 2022	1
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022	2
Gambar 1. 3 Grafik Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Provinsi	3
Gambar 1. 4 Negara Penggunaan E-commerce Tertinggi di Dunia	4
Gambar 1. 5 <i>Platform E-Commerce</i> Pilihan Masyarakat Tahun 2022	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36



DAFTAR LAMPIRAN

Hasil SPSS Statistik Deskriptif	83
Hasil SPSS Uji Validitas	85
Hasil SPSS Uji Reabilitas	89
Hasil SPSS Uji Normalitas	90
Hasil Uji Heterokedasitas	90
Hasil SPSS Uji Multikolinieritas	91
Hasil SPSS Uji Linieritas	91
Hasil Data Koesioner	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA