

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP
MINAT BELI ONLINE PADA MARKET PLACE SHOPEE**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

NOVITA DEWI FORTUNA ARDIAN

NPM : 19420079

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

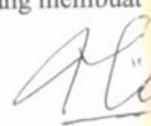
Nama : Novita Dewi Fortuna Ardiaan
NPM : 19420079
Alamat : Jl. Kalibutih Barat IV / 55
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma)”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Februari 2023

Yang membuat



Novita Dewi Fortuna Ardian

19420079

SKRIPSI
PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW
TERHADAP MINAT BELI ONLINE MARKETPLACE SHOPEE

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)**

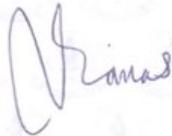
Diajukan oleh :

NOVITA DEWI FORTUNA ARDIAN

NPM : 19420079

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Evianah, SE, M.Si

Tanggal, 13 Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Tanggal, 13 Januari 2023

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW
TERHADAP MINAT BELI ONLINE MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)**

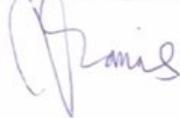
Dipersiapkan dan diajukan oleh :

NOVITA DEWI FORTUNA ARDIAN

NPM : 19420079

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Evianah, SE, M.Si

Anggota Tim Penguji



Dra. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si

Anggota Tim Penguji



Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 26 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada beberapa pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, bantuan, nasehat dan juga doa. Beberapa pihak telah memberikan bantuan moril ataupun material secara langsung pada penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai, Berikut pihak-pihak yang bersangkutan :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec Gimanto Gunawam, MM,M.Ak selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih,SE.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Evianah,SE,M.Si selaku Dosen pembimbing dan juga Dosen Wali yang telah menyempatkan waktu, memberikan arahan dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Seluruh Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama kegiatan pembelajaran di kampus.
6. Keluarga saya terutama Ibu dan juga Tante yang selalu memberikan dukungan motivasi saat sedang kesusahan dan tidak pernah lupa untuk mendo'akan saya dari awal hingga akhir untuk bisa lulus kuliah dengan baik sesuai keinginan Alm. Ayah juga semua Sepupu-sepupu saya yang sudah membantu dan memberi semangat saat mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman saya selama kuliah Lady, Hanim yang sudah sangat membantu setiap hari dan selalu saling memberi semangat dalam masa perkuliahan juga menyelesaikan skripsi bersama-sama dengan baik.
8. Teman-teman angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan bantuan selama masa perkuliahan.
9. Untuk penulis sendiri yang sudah kuat dan tidak pernah menyerah untuk menyelesaikan kuliah dari awal hingga akhir sampai bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu tetapi penulis akan tetap mengucapkan terima kasih banyak.

Semoga Tuhan selalu memberikan limpahan rahmat atas segala perbuatan dan kebaikan-Nya yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan sarannya untuk menyempurnakan skripsi ini agar lebih baik lagi. Penulis berharap agar skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi pembaca terutama dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 17 Januari 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Novita', with a horizontal line underneath.

Penulis

(Novita Dewi Fortuna Ardian)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 LANDASAN TEORI	9
2.1.1 Harga.....	9
2.1.2 Promosi.....	13
2.1.3 Online Customer Review.....	16
2.1.4 Minat Beli	18
2.2 PENELITIAN SEBELUMNYA	19
2.3 HIPOTESIS DAN MODEL ANALISIS.....	23
2.3.1 Hipotesis	23
2.3.2 Model Analisis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN.....	24
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	25

3.3 IDENTIFIKASI VARIABEL	26
3.4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	26
3.5 JENIS DAN SUMBER DATA	28
3.6 PROSEDUR PENGUMPULAN DATA.....	29
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA.....	29
3.7.1 Uji Validitas.....	29
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	30
3.7.4 Uji Hipotesis	31
3.7.5 Koefisien Determinan Berganda (R^2).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	33
4.2 DESKRIPSI PENELITIAN	36
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	36
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.3 Deskripsi Variabel Harga (X_1).....	39
4.2.4 Deskripsi Variabel Promosi (X_2)	40
4.2.5 Deskripsi Variabel Online Customer Review (X_3).....	42
4.2.6 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	44
4.3 HASIL ANALISIS DATA.....	45
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	45
4.3.2 Hasil Pengujian Reabilitas	47
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	49
4.4 UJI HIPOTESIS	51
4.4.1 Hasil Pengujian secara Simultan (Uji F)	51
4.4.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)	53
4.4.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	58
4.5 PEMBAHASAN	59
4.5.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Wijaya Kusuma Surabaya	59

4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat beli Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	61
4.5.3 Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli Online di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4. 1 Data Identitas Responden	36
Tabel 4. 2 Kategori Mean Masing-masing.....	38
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga	39
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi.....	40
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai Variabel Online Customer Review.....	42
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli	44
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji F (Simultan).....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji T (Parsial).....	53
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Situs Marketplace di Indonesia (2022).....	2
Gambar 2. 2 Model Analisis Penelitian	23
Gambar 4. 1 Rata-rata Jumlah pengunjung Situs Shopee Per Bulan	34
Gambar 4. 2 Tampilan Utama Aplikasi Shopee Mobile.....	35
Gambar 4. 3 Kurva Uji T Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	55
Gambar 4. 4 Kurva Uji T Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	56
Gambar 4. 5 Kurva Uji T Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli	57

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi dan *Online Customer Review* terhadap minat beli online pada Marketplace Shopee dan untuk mengetahui manakah dari tiga variabel yaitu harga, promosi dan *online customer review* memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli online di marketplace shopee. Pada penelitian ini, harga, promosi dan *online customer review* adalah variabel bebas lalu minat beli adalah variabel terikat. Penelitian ini memakai metode kuantitatif serta populasi pada mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya serta digunakan sampel dengan metode teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berbentuk kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang dipakai ialah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil uji F dan uji t, variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli online di marketplace shopee. Sementara itu, variabel *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli online di marketplace shopee. Untuk meningkatkan minat beli, shopee harus memberikan harga terbaik dengan memberikan kualitas produk yang baik, memberikan dan meningkatkan promosinya untuk lebih menarik konsumen untuk membeli dan juga meningkatkan sistem kepercayaan untuk kenyamanan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Promosi, *Online Customer Review*, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Price, Promotion and Online Customer Review on online buying interest in Shopee Marketplace (Study of Students of the Faculty of Economics and business Wijaya Kusuma University Surabaya) and to find out of the three variables is price , promotion and online customer review have a dominant influence on online buying interest in the Shopee Marketplace. In this article, the variable independent is price, promotion and online customer review, while variable dependent is buying interest. This study quantitative methods, the population used were active students of the faculty of economics and business, Wijaya Kusuma University surabaya with sampling using purposive sampling techniques, the sample in this study was 90 respondents. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, coefficient of detemination, t-test and F-test. Based on the results of the simultaneous F-test and partial t-test, price and promotion variables have a significant effect on online buying interest in the Shopee Marketplace for students of the faculty of economics and business, Wijaya Kusuma University Surabaya. Meanwhile, the variable online customer review did not have a significant effect on the interest in buying online in the shopee marketplace for students of the faculty of economics and business, Wijaya Kusuma University Surabaya. To increase buying interest, shopee must provide the best price by providing good product quality, providing and increasing its promotions to better attract consumers to buy and also improve the trust system for consumer convenience.

Keywords : Price, Promotion, Online Customer Review, Buying Interest

