

PENGARUH POSTING MESSAGES, REPUTASI, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Pada Program Studi ManajemennFakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Fuad Dwi Aprilianto

Nim : 15413830

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Posting Message, Reputasi, dan Ulasan Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee

Nama : Fuad Dwi Aprilianto

NIM : 15413830

Tempat, Tanggal lahir : Ponorogo, 28 April 1995

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 18 Januari 2022

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom)
NIDN. 0025057401

(Sri Hartono, S.E., M.M.)
NIDN. 073027002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Pengaji:

(Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom)
NIDN. 0025057401

(Siti Chamidah, S.E., M.Si.)
NIDN. 0019057101

(Fery Setiawan, S.E., M.M.)
NIDN. 0720128904

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh Posting *Message*, Reputasi dan Ulasan terhadap keputusan pembelian *online* di Shopee serta untuk mengetahui pengaruh Posting *Message*, Reputasi dan Ulasan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian *online* di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen yang pernah melakukan pembelian *online* di Shopee. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 70 responden. Data dan hasil responden tersebut diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Posting *Massage* (X_1), Reputasi Pelapak (X_2), dan Ulasan Produk (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Pembelian *Online* (Y) di Shopee.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas ridho NYA saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Posting *Massage*, Reputasi, dan Ulasan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko *Online* Shoopee.”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen.
3. Bapak Dr. Her Wijayanto, ST., MM., M. Kom selaku Dosen Pembimbing 1.
4. Bapak Sri Hartono, SE., M. Si selaku Dosen Pembimbing 2.
5. Teristimewa penulis ucapan terimakasih dan penghormatan yang setinggi – tingginya kepada kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan, memberikan inspirasi, semangat dan pengorbanan baik secara moril maupun material selama saya terlahir di dunia, sampai saat ini.
6. Kakakku Lia yang telah mendukung serta memberikan masukan saat proses pembuatan skripsi serta menyemangati saya.
7. Seluruh teman – teman saya , terimakasih atas motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis.
8. Seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membimbing dan membantu penulis selama menyelesaikan studi di FE UMPO.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian sampai pada penyusunan skripsi ini , banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi. Namun, penulis banyak belajar mengenai hal tersebut. Tidak hanya terkait dengan tema skripsi, melainkan juga berbagi masukan dan nasihat dari berbagai pihak untuk pengembangan diri penulis, terutama terkait dengan *attitude* dan *soft skill*. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk meningkatkan kualitas ilmiah penulisan ini sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Ponorogo, 18 Januari 2022

Penulis



(Fuad Dwi Aprilianto)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 18 Januari 2022



(Fuad Dwi Aprilianto)
NIM 15413830

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
RINGKASAN	II
KATA PENGANTAR	III
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	IV
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Pustaka	7
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Penelitian	32
2.4. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Ruang lingkup	34
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.3. Data yang Dibutuhkan.....	35
3.4. Metode Pengumpulan Data	35
3.5.Definisi Operasional Variabel	37
3.6. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Hasil	43
4.2. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan	61

5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kotak Hitam Konsumen	14
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. Skala Pengukuran dalam Kuesioner	36
Tabel 4.1. Hasil Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2. Hasil Distribusi Variabel Posting (X_1)	46
Tabel 4.3. Hasil Distribusi Variabel Reputasi Pelapak (X_2).....	47
Tabel 4.4. Hasil Distribusi Variabel Ulasan Produk (X_3).....	48
Tabel 4.5. Hasil Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.6. Hasil Uji Validasi	49
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.10. Hasil Uji T	53
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1. Logo Perusahaan	44
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT Shopee International	45
Gambar 4.3. Grafik Uji T Variabel Posting Massage	54
Gambar 4.4. Grafik Uji T Variabel Reputasi Pelapak	54
Gambar 4.5. Grafik Uji T Variabel Ulasan Produk	55
Gambar 4.6. Grafik Uji F Simultan	56

