

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ONLINE CUSTOMER
REVIEW, DAN SHOPPING EMOTION* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *MARKETPLACE SHOPEE*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagaian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammdiyah Ponorogo

Nama : Indah Duwi Agustina
NIM : 21415579
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2026**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *ONLINE CUSTOMER
REVIEW, DAN SHOPPING EMOTION* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *MARKETPLACE SHOPEE*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagaian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammdiyah Ponorogo

Nama : Indah Duwi Agustina
NIM : 21415579
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Promosi Penjualan, *Online Customer Review*, dan *Shopping Emotion* terhadap Kepuasan Konsumen *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Indah Duwi Agustina

NIM : 21415579

Tempat Tanggal Lahir : Madiun, 02 Agustus 2001

Program Studi : Manajemen Ekonomi

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

Pembimbing I



Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK. 9562719652110033

Ponorogo, 20 Juli 2026

Pembimbing II



Titi Rapini, S.E., M.M
NUPTK. 98377416422301221



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Ketua



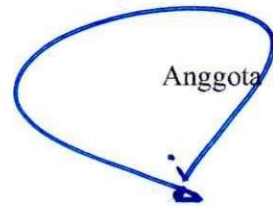
Dr. Sri Hartono, S.E., M.M
NUPTK.9562749652110033

Sekretaris



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NUPTK.08577552653130142

Anggota



Dr. Wijianto, S.E., M.M
NUPTK.2758763664130222

PERYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan 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 juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Ponorogo, 20 juli 2026



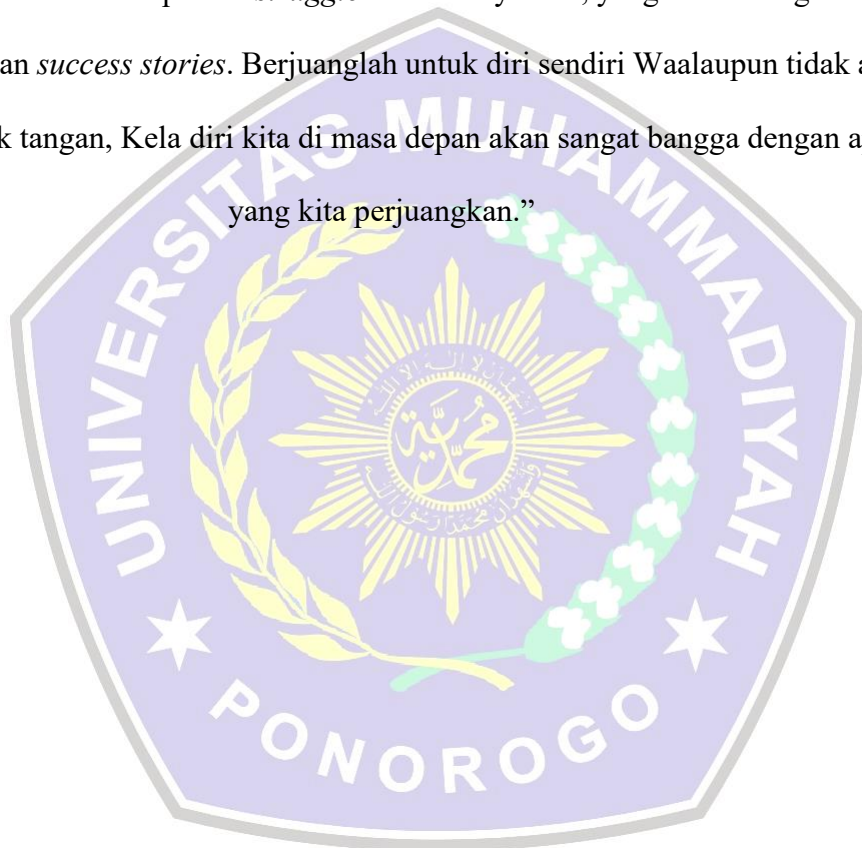
Indah Duwi Agustina

NIM. 21415579

MOTO

“jika bukan karena Allah dan orang tua yang memampukan, aku mungkin sudah lama menyerah, dengan skripsi ini memang tidak sempurna, tapi cukup untuk membuat saya wisuda dan mendapatkan gelar S.E”

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri Waalaupun tidak ada yang tepuk tangan, Kela diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan.”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **''Pengaruh Promosi Penjualan, Online Customer Review, Dan Shopping Emotion Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo''**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan fisik dan jiwa hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua tercinta, Ibu saya Katmini dan kakak saya vivi dan rayhan yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa yang tiada henti, orang yang selalu menjadi support dalam hal apapun dan selalu memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini .
3. Dr. Sri Hartono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang tidak pernah lelah dalam memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Titi Rapini SE.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Lutfi dan rida, selaku teman teman dekat penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan serta menjadi pendengar yang baik bagi penulis

dalam menyelesaikan tugas akhir. Terimakasih atas waktu, doa dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.

6. Indah duwi agustina, Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besar karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah selalu berusaha dan tidak menyerah, semoga pencapaianin ini membuka pintu kesempatan baru dan menjadi motivasi untuk terus berkembang.



KATA PENGANTAR

Assalamulaikum Wr.Wb

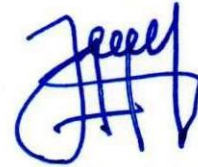
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Promosi Penjualan, Online Customer Review, Dan Shopping Emotion Terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Ponorogo)”** sholawat serta penulis haturkan Kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari Zaman islamiyah seperti saat ini. Penulis menyadari banyak mengalami kesulitan didalam penulisan skripsi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada:

1. Dr.Rido Kurnianto, M.ag., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr.Slamet Santoso, SE.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Ponorogo
3. Dr.Riawan, S.Pd, M.M.,selaku ketua Program studi Manajemen FakultasEkonomi Universitas Muhammdiyah Ponorogo
4. Dr.Sri Hartono, SE.,MM.,selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Titi Rapini, SE.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamulaikum Wr,Wb

Ponorogo, 20 juli 2026



Indah Duwi Agustina

NIM. 21415579

RINGKASAN

Skripsi : Promosi Penjualan, Online Customer Review, dan Shopping Emotion terhadap Kepuasan Konsumen marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan, *Online Customer Review*, dan *Shopping Emotion* terhadap Kepuasan Konsumen marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin meningkatnya penggunaan *marketplace Shopee* di kalangan mahasiswa sebagai sarana berbelanja secara online. Meskipun Shopee menawarkan berbagai program promosi, ulasan pelanggan, dan pengalaman berbelanja yang menarik, tingkat kepuasan konsumen masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 76 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 25 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *marketplace Shopee*. Sebaliknya, *Online Customer Review* dan *Shopping Emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa Promosi Penjualan, *Online Customer Review*, dan *Shopping Emotion* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *marketplace Shopee*. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Shopee dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif, meningkatkan kualitas informasi melalui ulasan pelanggan, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang mampu membangun emosi positif dan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji kepuasan konsumen pada platform *marketplace*.

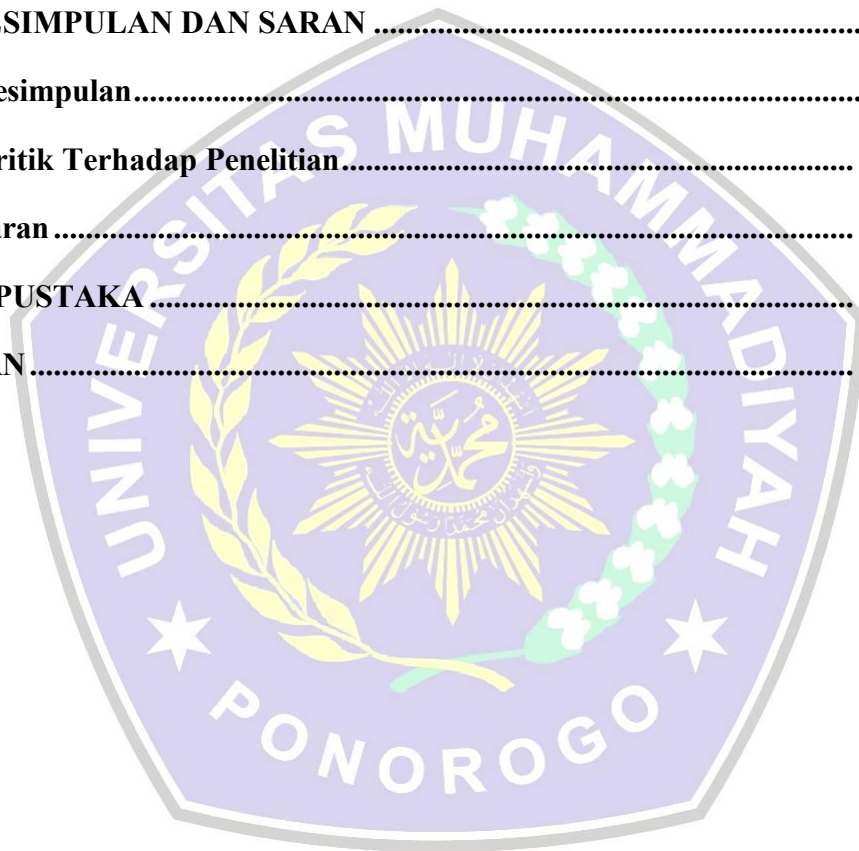
Kata Kunci: Promosi Penjualan, *Online Customer Review*, *Shopping Emotion*, Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	ii
MOTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen.....	9
2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5 Promosi Penjualan (X1).....	18
2.1.6 <i>Online Customer Review</i> (X2)	21
2.1.7 <i>Shopping Emotion</i> (X3)	23
2.1.8 Kepuasan Konsumen (Y).....	26

2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian.....	30
2.4	Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3	Metode Pengambilan Data	38
3.4	Definisi Operasional Variabel	40
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	44
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	45
3.5.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.5.5	Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.6	Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Deskripsi Objek Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian.....	49
4.1.2	Proses Pengumpulan Data Penelitian	51
4.1.3	Karakteristik Responden.....	54
4.1.4	Hasil Pengumpulan Data	63
4.1.5	Metode Analisis Data	71
4.2	Pembahasan.....	94
4.2.1	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Marketplace Shopee</i>	94

4.2.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee	95
4.2.3	Pengaruh <i>Shopping Emotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee.....	96
4.2.4	Pengaruh Promosi Penjualan, <i>Online Customer Review</i> dan <i>Shopping Emotion</i> Terhadap Keputusan Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Kritik Terhadap Penelitian.....	101
5.3	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN		108



DAFTAR TABEL

Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. Daftar Populasi Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi	37
Tabel 4. Skala Pengukuran	39
Tabel 5. Devinisi Operasional Variabel	43
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 8. Karakteristik responden Berdasarkan Angkatan	57
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Shopee Dalam 6 Bulan Terakhir	59
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Berbelanja Shopee Per Bulan	60
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Paling Sering Dibeli diShopee	62
Tabel 12. Jawaban Promosi Penjualan (X1).....	64
Tabel 13. Jawaban <i>Online Customer Review</i> (X2).....	66
Tabel 14. Jawaban <i>Shopping Emotion</i> (X3).....	68
Tabel 15. Jawaban Kepuasan Konsumen (Y).....	70
Tabel 16. Hasil Uji Statistik Deskriptif	72
Tabel 17. Hasil Uji Validitas	75
Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 19. Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 20. Hasil Uji Multikolineritas	81
Tabel 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas	83

Tabel 22. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	85
Tabel 23. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Tabel 24. Hasil Uji Hipotesis t (Parsial).....	90
Tabel 25. Hasil Uji Hipotesis F (Simultan)	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	30
Gambar 2. Awal Google Form	53
Gambar 3. Pertanyaan Kuesioner	53
Gambar 4. Bukti Penyebaran Google Form	53
Gambar 5. Jumlah Responden	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	108
Lampiran 2. Jawaban Responden	115
Lampiran 3. Output SPSS Diskriptif	118
Lampiran 4. Output SPSS Uji Validitas	121
Lampiran 5. Output SPSS Uji Reliabilitas	124
Lampiran 6. Output SPSS Uji Intrimen	125
Lampiran 7. Output SPSS Uji Regresi Liner Berganda	127
Lampiran 8. Output SPSS Uji Hopotesis	128
Lampiran 9. Output SPSS Analisis Koefisien determinasi (R^2)	129
Lampiran 10. T Tabel	130
Lampiran 11. F Tabel	133
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian	135
Lampiran 13. Cek Plagiasi	137
Lampiran 14. Data Mahasiswa Angkatan 2021-2025	138
Lampiran 15. Berita Acara	139