

TUGAS AKHIR

PENGARUH *PROMOTION*, *TESTIMONIAL*, DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK *FASHION* DAN AKSESORIS DI SHOPEE *E-COMMERCE*

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Manajemen Universitas Narotama
Surabaya*



Oleh :

DEWI PRATIWI

01221014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Pratiwi
NIM : 01221014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

*PENGARUH PROMOTION, TESTIMONIAL, DAN CUSTOMER RATING TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK FASHION DAN AKSESORIS DI SHOPEE E-
COMMERCE*

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 3 Maret 2025

Pembuat Pernyataan,



Dewi Pratiwi

01221014

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *PROMOTION*, *TESTIMONIAL*, DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK *FASHION* DAN AKSESORIS DI SHOPEE *E-*
COMMERCE

DIAJUKAN OLEH:

Dewi Pratiwi

01221014

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



(Dr. SENGGURUH NILOWARDONO S.E., M.Si.)

TANGGAL 3 Maret 2025

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(Dr. SENGGURUH NILOWARDONO S.E., M.Si.)

TANGGAL 3 Maret 2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI KAMIS, TANGGAL 23 JANUARI 2025

Judul Tugas Akhir

**"PENGARUH *PROMOTION, TESTIMONIAL, DAN CUSTOMER RATING* TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK *FASHION* DAN AKSESORIS DI SHOPEE E-
COMMERCE "**

Disusun Oleh : Dewi Pratiwi
NIM : 01221014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama

Dihadapan Tim Penguji

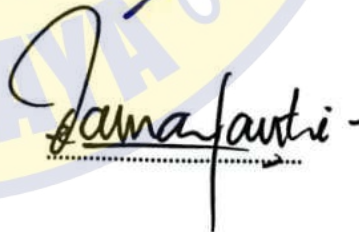
1. Dr. Sengguruh Nilowardono S.E., M.Si.



2. Drs. Ec. R. Agus Baktiono, M.M.



3. Elok Damayanti, S.E., M.M.



HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Pratiwi
NIM : 01221014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)

Pengaruh *Promotion*, *Testimonial*, dan *Customer Rating* terhadap *Purchase Decision* Produk *Fashion* dan Aksesoris di Shopee *E-Commerce*

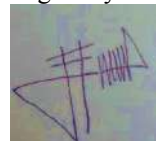
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya

Pada Tanggal : 3 Maret 2025

Yang menyatakan



(Dewi Pratiwi)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul pengaruh *promotion*, *testimonial*, dan *customer rating* terhadap *purchase decision* produk *fashion* dan aksesoris di shopee *e-commerce*. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Kelima orang tua saya yaitu Bapak Hasan, Ibu Supriantini, Mih Surina, Om Sugeng dan Tante Lestari yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr Arasy Alimudin, SE., MM. selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Dr. Agus Sukoco, ST., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Dr. Sengguruh Nilowardono S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya dan juga selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
5. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Keluarga besar tercinta, terkhusus kakak perempuan pertama yg super bawel yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.

8. Semua teman-teman saya, terkhusus mas arif, mas ruhul, mas dedy, mbak naura, mbak indri, mbak fitri dan juga firsya yang telah membantu dan memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 3 Maret 2025

Dewi Pratiwi



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, testimoni dan penilaian pelanggan terhadap keputusan pembelian produk fashion dan aksesoris di shopee e-commerce. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang pernah melakukan pembelian produk fashion dan aksesoris di shopee e-commerce. Berdasarkan kriteria diperoleh 130 responden sebagai sampel. Pengumpulan data melibatkan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, testimonial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan penilaian pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi, testimoni dan penilaian pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan diantara promosi, testimonial, dan rating pelanggan, variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah testimonial.

Kata Kunci : *Promosi, Testimoni, Peringkat Pelanggan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of promotions, testimonials and customer assessments on purchasing decisions for fashion products and accessories on Shopee e-commerce. Sample selection in this research was carried out using purposive sampling. The population in this research is all Indonesian people who have purchased fashion products and accessories at Shopee e-commerce. Based on the criteria, 130 respondents were obtained as samples. Data collection involves distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS version 25 application. The results of the research show that partially promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions, testimonials have a positive and significant effect on purchasing decisions, and customer assessments have a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotions, testimonials and customer assessments simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. And among promotions, testimonials, and customer ratings, the independent variable that has the greatest influence on purchasing decisions is testimonials.

Keywords : *Promotions, Testimonials, Customer Rating, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Teoritis.....	7
2.1.1 Promosi.....	7
2.1.2 Testimoni.....	8
2.1.3 <i>Customer rating</i>	12
2.1.4 Keputusan pembelian.....	16
2.2 Tinjauan Empiris.....	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	46
2.3.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	46
2.3.2 Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Pendekatan Penelitian.....	48
3.2 Objek Penelitian.....	48
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data	49
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	49
3.4	Definisi Operasional	50
3.5	Jenis Skala Pengukuran	54
3.6	Teknik Analisis Data	54
3.6.1	Uji Validitas	55
3.6.2	Uji Reliabilitas	57
3.6.3	Uji Normalitas	57
3.6.4	Uji Multikolinearitas	58
3.6.5	Uji Heteroskedastisitas	59
3.6.6	Uji Autokorelasi	60
3.6.7	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.6.8	Uji t	62
3.6.9	Uji F	63
3.6.10	Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	66
4.2	Deskripsi Data Hasil Responden	67
4.2.1	Profil Responden	67
4.2.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	68
4.2.4	Distribusi Jawaban Responden	69
4.3	Hasil Penelitian	73
4.3.1	Uji Validitas	73
4.3.2	Uji Reliabilitas	76
4.3.3	Uji Normalitas	76
4.3.4	Uji Multikolinearitas	78
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas	78
4.3.6	Uji Autokorelasi	79
4.3.7	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.3.8	Uji T	81
4.3.9	Uji F	82
4.3.10	Koefisien Determinasi	83

4.4 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2. Penelitian Terdahulu (Internasional)	38
Tabel 3. Definisi Operasional variabel	50
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert	54
Tabel 5. Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 6. Klasifikasi Responden berdasarkan Usia	67
Tabel 7. Klasifikasi Responden berdasarkan Domisili	68
Tabel 8. Kategori Jawaban Responden	69
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Variabel Promotion	70
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Testimonial	71
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel Customer Rating	72
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Purchase Decision	73
Tabel 13. Hasil Uji Validitas pada Variabel Promotion (X1)	74
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Testimonial	74
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Customer Rating	75
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Purchasing Decision	75
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	77
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 20. Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 21. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
Tabel 22. Hasil Uji T	81
Tabel 23. Hasil Uji F	82
Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data pengguna internet di Indonesia.....	1
Gambar 2. Platform e-commerce yg paling diminati tahun 2024.....	2
Gambar 3. Produk terlaris di Shopee.....	3
Gambar 4. Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae.....	94
Lampiran 2. Form Bimbingan Skripsi.....	95
Lampiran 3. Hasil Plagiasi.....	96
Lampiran 4. Sertifikat Conference.....	97
Lampiran 5. Kuesioner.....	98
Lampiran 6. Tabulasi Data.....	103
Lampiran 7. Data Interval.....	105
Lampiran 8. Hasil Output SPSS.....	107

