

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA
MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh :

IZMI AWANIS

NIM : 1608203161



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN AKADEMIK 2020/ 1441 H**

Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi. Telp (0231) 481264. Faks. (0231) 481264

Kode pos. 45132 Website: www.syekh Nurjati.ac.id

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA
MAHASISWA**



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
2020

ABSTRAK

Izmi Awanis. NIM : 1608203161, “PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MAHASISWA”, 2020

E-Commerce memiliki dampak positif terhadap perkembangan ekonomi saat ini, salah satu dampak yang diprediksi yaitu lapangan kerja bertambah secara pesat. Saat ini belanja *online* melalui internet menjadi tren di Indonesia, sehingga istilah *online shop* sudah semakin marak di kalangan masyarakat, bukan hanya fashion yang ditawarkan melainkan banyak sekali barang-barang kebutuhan sehari-hari yang ditawarkan di situs *online shop*. Selain promosi cara yang dilakukan oleh perusahaan situs *online shop* ialah dengan memanfaatkan *online customer review* yang baik mengenai produk yang ditawarkan. *Online customer review* merupakan ulasan dari konsumen yang telah mendapatkan manfaat dari produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dari online customer review dan promosi terhadap keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan dengan cara observasi, studi pustaka dan kuesioner kemudian di analisis dengan metode deskriptif analisis dan diolah dengan menggunakan SPSS versi 20 dengan jumlah sampel 96 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,124 dengan t_{tabel} sebesar 1,985 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel *Online Customer Review* sebesar 0,036. Variabel promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,208 dengan t_{tabel} sebesar 1,985 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel *Online Customer Review* sebesar 0,000. Sedangkan, berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa *online customer review* dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 43,693 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,484 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *online customer review* dan promosi sebesar 48,4%, sedangkan sisanya sebesar 51,6 % dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Izmi Awanis. NIM: 1608203161, "THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE IN STUDENTS", 2020

E-Commerce has a positive impact on current economic development, one of the predicted impacts is that employment will increase rapidly. Nowadays online shopping through the internet is becoming a trend in Indonesia, so the term online shop has become more and more popular among the people, not only the fashion that is offered but many items of daily necessities offered on the online shop site. In addition to the promotion of ways that companies do online shop sites is by utilizing a good online customer review of the products offered. Online customer reviews are reviews of consumers who have benefited from the product.

This study aims to determine the effect of variables from online customer reviews and promotions on purchasing decisions at Shopee on students. This study uses quantitative research, data collected by means of observation, literature study and questionnaires are then analyzed by descriptive analysis method and processed using SPSS version 20 with a sample size of 96 respondents.

The results showed that the Online Customer Review variable had a significant positive effect on Purchasing Decisions, this was evidenced by the tcount of 2.124 with a ttable of 1.985, the tcount > ttable and the significance value of the Online Customer Review variable at 0.036. Promotional variables significantly positive effect on Purchasing Decisions, this is evidenced by the tcount of 6.208 with a t table of 1.985 then the tcount > ttable and the significance value of the Online Customer Review variable of 0,000. Meanwhile, based on the results of the simultaneous test statistical calculations, it can be concluded that online customer reviews and promotions have a simultaneous effect on purchasing decisions at Shopee, this is evidenced by the Fcount value of 43,693 and a significance value of 0,000 and a coefficient of determination of 0.484 which means that the purchase decision can be explained by the online customer review and promotion variable by 48.4%, while the remaining 51.6% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: *Online Customer Review, Promotion, Purchase Decision*

نبذة مختصرة

عزمي عوانس, NIM:1608203161
"تأثير مراجعة العملاء عبر الإنترنت والترويج لشراء قرارات الطلاب" 2020

التجارة الإلكترونية لها تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية الحالية ، واحدة من الآثار المتوقعة هي أن العمالة ستزداد بسرعة. أصبح التسوق عبر الإنترنت في الوقت الحاضر عبر الإنترنت اتجاهًا في إندونيسيا ، لذلك أصبح مصطلح التسوق عبر الإنترنت أكثر شيوعًا بين الناس ، ليس فقط الموضة المعروضة ولكن العديد من العناصر من الضروريات اليومية المقدمة على موقع التسوق عبر الإنترنت. بالإضافة إلى الترويج للطرق التي تقوم بها الشركات بمواقع التسوق عبر الإنترنت من خلال استخدام مراجعة جيدة للعملاء عبر الإنترنت للمنتجات المعروضة. مراجعات العملاء عبر الإنترنت هي مراجعات المستهلكين الذين استفادوا من المنتج

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير المتغيرات من مراجعات العملاء عبر الإنترنت على الطلاب. تستخدم هذه الدراسة Shopee والعروض الترويجية على قرارات الشراء في البحث الكمي ، والبيانات التي تم جمعها عن طريق الملاحظة ، ودراسة الأنبيات الإصدار SPSS والاستبيانات ثم يتم تحليلها بطريقة التحليل الوصفي ومعالجتها باستخدام 20. مع حجم عينة من 96 مستجيبًا

أظهرت النتائج أن متغير مراجعة العملاء عبر الإنترنت كان له تأثير إيجابي كبير على ، $t_{table} 1.985$ قرارات الشراء ، وقد تم إثبات ذلك من خلال حساب 2.124 مع وقيمة أهمية متغير مراجعة العملاء عبر الإنترنت عند 0.036 $t_{count} > t_{table}$ المتغيرات الترويجية لها تأثير إيجابي كبير على قرارات الشراء ، ويتجلى ذلك من خلال وقيمة أهمية متغير مراجعة العملاء $t_{count} > t_{table}$ ثم 1.985 حساب 6.208 مع جدول عبر الإنترنت البالغ 0.0000 . وفي الوقت نفسه ، استنادًا إلى نتائج الحسابات الإحصائية للاختبار المتزامن ، يمكن استنتاج أن مراجعات العملاء وعروضهم الترويجية عبر ، ويتجلى ذلك في قيمة Shopee الإنترنت لها تأثير متزامن على قرارات الشراء في البالغة $43,693$ وقيمة أهمية $0,000$ ومعامل تحديد 0.484 مما يعني أن قرار F_{count} الشراء يمكن تفسيره من خلال متغير مراجعة العملاء والترويج عبر الإنترنت بنسبة 48.4% ، بينما يتم تفسير النسبة المتبقية 51.6% بمتغيرات أخرى غير مدرجة في هذه الدراسة

الكلمات الرئيسية: مراجعة العملاء عبر الإنترنت ، والترويج ، وقرارات الشراء

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBEIAN DI SHOPEE PADA MAHASISWA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Izmi Awanis

1608203161

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Dewi Fatmāsari, M. Si

Dr. Achmad M. Ag

NIP. 197301072009012001

NIP. 196702081993031003

Ketua Jurusan

Perbankan Syariah

Eef Saefulloh M. Ag

NIP. 197603122003121003

NOTA DINAS

Kepada
Yth. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
IAIN Syekh Nurjati
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telah arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut:

Nama : Izmi Awanis

NIM : 1608203161

Judul : Pengaruh *Online Customer Review* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeian Di Shopee Pada Mahasiswa

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimajukan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si

NIP. 197301972009012001

Dr. Achmad M. Ag

NIP. 196702081993031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan
IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

Eef Saefullah M. Ag

NIP. 197603122003121003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE PADA MAHASISWA**" oleh Izmi Awanis (NIM. 1608203161), telah diajukan dalam sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada hari Kamis tanggal 27 Agustus 2020 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **LULUS**.


Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Agustus 2020

Sidang Munaqosah,


Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,


Eef Saefullah, M.Ag

NIP. 197603122003121003

Penguji I


Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si

NIP. 197301072009012001

Penguji II


Dr. Lavaman, M.Si
NIP. 197210072011011002


H. Syaeful Bakhri, M.Si
NIP. 197311252014111002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Izmi Awanis

NIM : 1608203161

Tempat Tanggal Lahir : Indramayu, 30 Mei 1999

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Online Customer Review* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa**" ini beserta dengan isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, Agustus 2020

IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON



IZMI AWANIS

NIM 1608203161

KATA PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Warid dan Ibu Anisah tercinta yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, teladan, motivasi, dukungan moril dan seluruh didikan yang mereka ajarkan sehingga penulis terus berharap akan memberikan yang terbaik kepada mereka.
2. Saudara-saudaraku tersayang, Alin Azmi, Auzan Salsabil dan Salwa Ghaisani yang selalu memberikan dukungan, pengorbanan, motivasi, serta do'a agar mencapai kesuksesan.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu ada mendukungku serta senantiasa menemani masa-masa remajaku sampai sekarang Hamidah, Neila Nur Zuhrofillah, Yundha Fadhillah Rizwanti.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan dari semester pertama hingga sekarang Anugrah Khajar Yakut, Latifah Tuzahroh, Syarifah Ulfiani Ramadhani serta teman-teman kelas Perbankan Syariah D lainnya yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu, terimakasih karena selalu memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.



IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis yang bernama lengkap Izmi Awanis, dilahirkan di Indramayu pada tanggal 30 Mei 1999, yang merupakan putri kedua dari empat bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Warid S.Pd dan Ibu Anisah S.Pd.

Penulis telah menempuh pendidikan formal diantaranya:

1. Sekolah Dasar Negeri Babakajaya 1, lulus pada tahun 2010.
2. Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Mutiara Irsyady, lulus pada tahun 2013.
3. Sekolah Menengah Atas Pesantren Al Urwatul Wutsqo Indramayu, lulus pada tahun 2016.
4. Kemudian pada tahun 2016 melanjutkan kuliah S-1 Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Syaria'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

MOTTO

“Be Patient And Don’t Give Up, Pretend You Will Got The Best”

“Bersabarlah Dan Jangan Menyerah, Seolah-Olah Besok Mendapatkan Yang Terbaik”



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji dan syukur bagi Allah swt yang mengajarkan manusia dengan *qalam* dan memberikan akal sehingga mampu berinovasi dan berkreasi. Kemampuan ini termasuk salah satu kelebihan manusia dibandingkan makhluk lainnya di permukaan bumi. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Rasulullah Saw yang diantara tugasnya adalah menjadi *mu'alim* (pengajar) dan membimbing manusia menuju jalan yang benar.

Penulis bersyukur kepada Allah karena atas Rahmat dan Ridha-Nya dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul : *Pengaruh Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa.*

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari beberapa pihak dan kalangan. Penulis bersyukur dan mengucapkan banyak terimakasih sedalam-dalamnya atas dukungan dari semua pihak sehingga, skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon beserta jajarannya,
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam,
3. Bapak Eef Saefulloh, M. Ag, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah,
4. Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si, selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini
5. Bapak Dr. Achmad, M. Ag, selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
6. Dosen Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama menempuh studi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, beserta seluruh staf Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan staf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu mendoakan, memberikan bantuan dan dukungan dengan penuh kasih sayang elama kuliah hingga penulisan skripsi ini terselesaikan.
8. Saudara-saudaraku, Alin Azmi, Auzan Salsabil dan Salwa Ghaisani yang telah menyemangati dan mendoakan.
9. Sahabat-sahabatku yang selalu ada mendukungku serta senantiasa menemani masa-masa remajaku sampai sekarang Hamidah, Neila Nur Zuhrufillah, Yundha Fadhillah Rizwanti.
10. Kepada teman teman PS D, khususnya sahabatku Anugrah Khajar Yakut, Latifah Tuzahroh, Syarifah Ulfiana R dan seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama di bangku perkuliahan.
11. Teman-teman KKN Rani Rosdiana, Fahmiyah Rahmah, Muhammad Subhan Hariri dan teman-teman lain yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Teruntuk diri sendiri terimakasih karna telah menjadi pribadi yang kuat, terimakasih untuk tidak menyerah dengan keadaan, terimakasih telah bangkit walaupun rasanya sulit, dan terimakasih telah berjuang. Mari bekerja lebih keras lagi untuk menuju kebahagiaan dan kesuksesan dimasa depan.
13. Dan juga tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada Bangtan Sonyeondan (BTS) atas lagu-lagu dan karya-karyanya yang selalu memberikan semangat moral kepadaku sehingga saya selalu merasa bahagia dan belajar mencintai diri sendiri.

Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak baik dukungan secara langsung maupun tidak langsung penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini dengan sebaik-baiknya, semoga Allah memberikan balasan yang berlipat ganda dengan segala kebajikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan. Penulis mengucapkan terimakasih banyak.

Cirebon, Juni 2020
Penyusun

Izmi Awanis



DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| ABSTRAK..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | v |
| NOTA DINAS..... | vi |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | vii |
| PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI..... | viii |
| KATA PERSEMBAHAN..... | ix |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | x |
| MOTTO..... | xi |
| KATA PENGANTAR..... | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI..... | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 7 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 7 |
| D. Rumusan Masalah..... | 8 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| F. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 10 |
| A. Landasan Teori..... | 10 |
| 1. E-Commerce..... | 10 |
| 2. Online Customer Review..... | 12 |
| 3. Promosi..... | 17 |
| 4. Keputusan Pembelian..... | 20 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| C. Kerangka Berfikir..... | 35 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 39 |
| A. Lokasi Penelitian..... | 39 |
| B. Jenis Penelitian..... | 39 |
| C. Sumber Data..... | 39 |
| D. Populasi Dan Sampel..... | 40 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| F. Variabel Penelitian..... | 44 |
| G. Definisi Operasional Variabel..... | 45 |
| H. Instrumen Penelitian..... | 49 |
| I. Teknik Analisis Data..... | 49 |
| 1. Uji Instrumen..... | 50 |
| a. Uji Validitas..... | 50 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 51 |
| 2. Analisis Statistik Deskriptif..... | 52 |

| | |
|--|----|
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| a. Uji Normalitas..... | 52 |
| b. Uji Multikolinearitas..... | 53 |
| c. Uji Heterokedastisitas..... | 53 |
| 4. Regresi Linier Berganda..... | 53 |
| 5. Koefisien Determinasi..... | 54 |
| 6. Uji Hipotesis..... | 54 |
| a. Uji t..... | 54 |
| b. Uji F..... | 54 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 55 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 55 |
| 1. Profil Shopee..... | 55 |
| 2. Kelebihan Dan Kekurangan Marketplace Shopee..... | 57 |
| 3. Manfaat Yang Diberikan Marketplace Shopee..... | 58 |
| B. Karakteristik Responden..... | 59 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 59 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 60 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan..... | 60 |
| C. Analisis Data..... | 61 |
| 1. Uji Instrumen..... | 61 |
| a. Uji Validitas..... | 61 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 63 |
| 2. Analisis Statistik Deskriptif..... | 64 |
| 3. Uji Asumsi Klasik..... | 71 |
| a. Uji Normalitas..... | 71 |
| b. Uji Multikolinearitas..... | 71 |
| c. Uji Heterokedastisitas..... | 72 |
| 4. Regresi Linier Berganda..... | 73 |
| 5. Koefisien Determinasi..... | 74 |
| 6. Uji Hipotesis..... | 74 |
| a. Uji t..... | 74 |
| b. Uji F..... | 74 |
| D. Pembahasan..... | 77 |
| 1. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa..... | 77 |
| 2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa..... | 78 |
| 3. Pengaruh Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa..... | 79 |
| BAB V PENUTUP..... | 80 |
| A. Kesimpulan..... | 80 |
| B. Saran..... | 80 |
| C. Keterbatasan Penulisan..... | 81 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Daftar Negara Pertambahan E-Commerce Tercepat..... | 2 |
| Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet 2018 berdasarkan Umur | 3 |
| Gambar 1.3 Situs <i>Online shop</i> yang banyak dikunjungi pada tahun 2018 | 4 |
| Gambar 4.1 Logo Shopee..... | 55 |
| Gambar 4.2 Tampilan Shopee..... | 57 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu | 27 |
| Tabel 3.1 Data Mahasiswa Aktif FSEI TA 2019/2020 | 40 |
| Tabel 3.2 Data Sampel Penelitian | 43 |
| Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel..... | 48 |
| Tabel 3.4 Tabel Jawaban Angket dengan Skala Likert..... | 50 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 59 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden..... | 60 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan..... | 60 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> | 61 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi..... | 62 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 62 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel | 64 |
| Tabel 4.8 Variabel <i>Online Customer Review</i> | 64 |
| Tabel 4.9 Variabel Promosi..... | 66 |
| Tabel 4.10 Variabel Keputusan Pembelian..... | 68 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> | 71 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas | 72 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas | 72 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 73 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 74 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji t..... | 75 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F..... | 76 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-------|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian..... | |
| Lampiran 3. Uji Validitas Dan Reliabilitas..... | |
| Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik | |
| Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi Dan Uji Hipotesis..... | |
| Lampiran 6. Tabel Distribusi t | |
| Lampiran 7. Tabel Distriusi F | |
| Lampiran 8. Rekapitulasi Mahasiswa Aktif Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam..... | |

