

**PENGARUH *RATING, REVIEW, PRICE, DAN CONTENT* MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh: AGUNG DWI SUSILO
1610411045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

**PENGARUH *RATING, REVIEW, PRICE, DAN CONTENT MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh: AGUNG DWI SUSILO
1610411045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agung Dwi Susilo

NIM : 1610411045

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH RATING, REVIEW, PRICE, DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 11 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Agung Dwi Susilo

NIM: 1610411045

SKRIPSI

PENGARUH *RATING, REVIEW, PRICE, DAN CONTENT MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE*

Oleh: AGUNG DWI SUSILO
NIM. 1610411045

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Abadi Sanosra, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si.

PENGESAHAN

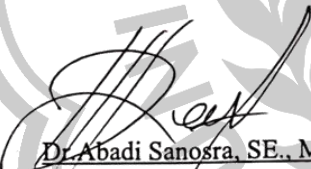
Skripsi berjudul; Pengaruh *Rating, Review, Price, dan Content Marketing* terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Mei 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
Nama : Agung Dwi Susilo
NIM : 1610411045


Tim Penguji,


Bayu Wijavanti, SE., MM.
NPK: 1979021711009661

Anggota 1,

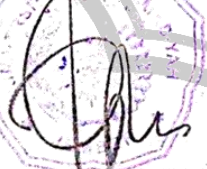

Dr. Abadi Sanosra, SE., MM.
NPK: 1978071810509478

Anggota 2,

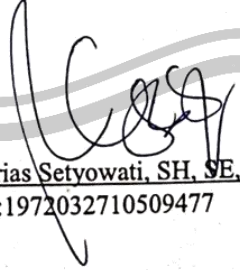

Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si.
NPK: 1964110818407039

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi,


Mahenilka Sari, SE, MM.
NPK: 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM.
NPK: 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Orang tua, yang selalu mendo'akan, menasehati, serta selalu mencukupi Saya.
2. Kakak Adek, yang selalu sabar memberikan semangat dan dukungan.
3. Teman-temanku, yang selalu memberi semangat.
4. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember tercinta.

Terimakasih.



MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”
(HR. Ahmad, Ath-Thabrani, ad-Daruqutni)

“ Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa sedihnya rasa sakit ”
(Ali bin Abi Thalib)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Swt, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Rating, Review, Price,* dan *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee”.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr.Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kepala Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr.Abadi Sanosra, SE., MM. selaku dosen pembimbing 1.
5. Ibu Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan Skripsi ini.
6. Ibu Bayu Wijayanti, SE., MM. selaku dosen penguji Skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan Skripsi ini.

Jember, 11 Mei 2023

Penulis



Agung Dwi Susilo

NIM: 1610411045

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.2. Penelitian Terdahulu.....	12
2.3. Kerangka Konseptual.....	14
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	15
3.1. Identifikasi Variabel.....	15
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	15
3.3. Desain Penelitian.....	16
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	16
3.5. Teknik dan Pengambilan Sampel.....	17
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	18
3.7. Metode Pengolahan Data.....	18
3.8. Metode Analisis Data.....	18
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.2. Deskripsi Data Responden.....	27
4.3. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	28
4.4. Hasil Analisis Data.....	33
4.5. Pembahasan.....	40
BAB 5 PENUTUP.....	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Saran.....	41
5.3. Rekomendasi.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
DAFTAR LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil survei aktivitas belanja online selama <i>COVID-19</i>	1
Tabel 1.2 Hasil survei aktivitas belanja online selama <i>COVID-19</i> berdasarkan <i>gender</i>	2
Tabel 1.3 Peta kompetisi <i>e-commerce</i> kuartal III tahun 2020.....	2
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kerangka Konseptual.....	14
Tabel 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan umur.....	27
Tabel 4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin responden.....	28
Tabel 4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Pembelian.....	28
Tabel 4.3.1 Tanggapan responden mengenai variabel <i>rating</i>	29
Tabel 4.3.2 Tanggapan responden mengenai variabel <i>review</i>	29
Tabel 4.3.3 Tanggapan responden mengenai variabel <i>price</i>	30
Tabel 4.3.4 Tanggapan responden mengenai variabel <i>Content Marketing</i>	31
Tabel 4.3.5 Tanggapan responden mengenai variabel Keputusan Pembelian.....	32
Tabel 4.4.1 Hasil uji validitas.....	33
Tabel 4.4.2 Hasil uji reabilitas.....	34
Tabel 4.4.3 Hasil uji linear berganda.....	35
Tabel 4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	36
Tabel 4.4.4 Hasil Uji F.....	36
Tabel 4.4.5 Hasil Uji T.....	37
Tabel 4.4.6 Hasil pengujian normalitas.....	38
Tabel 4.4.7 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	39
Tabel 4.4.8 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	46
LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	52
LAMPIRAN 3 Uji Instumen data.....	61

