

**PENGARUH HARGA, ULASAN DAN JUMLAH PEMBELIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas

Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Anderson Piet Batmomolin

200325805

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

2025

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, ULASAN DAN JUMLAH PEMBELIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE



Disusun oleh :

Anderson Piet Batmomolin

NPM : 200325805

Telah di baca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

15 April 2024

SKRIPSI

PENGARUH HARGA,ULASAN DAN JUMLAH PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Anderson Piet Batmomolin

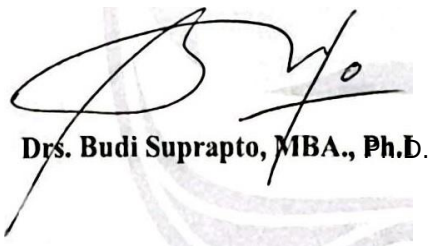
NPM: 200325805

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2 mei 2025 dan dinyatakan telah memenuhi suara untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

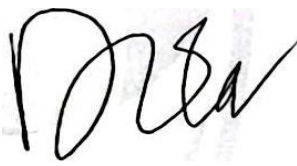
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

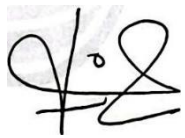
Anggota Paniti



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



Elisabeth Dita Septiari, SE., M.Sc, Ph.D.



Api Adyantari, SA., M.B.A.

Yogyakarta, 15 Mei 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atmajaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi ini dengan judul:

PENGARUH HARGA, ULASAN DAN JUMLAH PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain di dalamnya. Saya menyadari bahwa jika di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi dsam skripsi ini, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan saya bersedia untuk mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 15 April 2025

Yang menyatakan



Anderson Piet Batmomolin

Kata Pengantar

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Ulasan dan Jumlah pembelian Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat yang harus di tempuh untuk dapat menyelesaikan program strata satu (S1)

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak pihak yang berperan penting dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria serta para kudus yang menjadi pegangan iman serta harapan saya dalam doa, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dan studi di Universitas Atmajaya Yogyakarta.
2. Kedua orang tua yang amat saya sayangi dan kasihi Bapak Ignatius Batmomolin dan Ibu Lucia Benedicta Renyaan, memberi dukungan, baik secara finansial maupun moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Zahra Sabrina Putri Yulianda selaku pasangan saya yang sudah meluangkan waktu mendampingi, membantu dalam keadaan susah

maupun senang serta memberikan dorongan juga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini .

5. Saudara saudari saya terkasih, kakak saya Jeferson Piet Batmomolin yang memberikan bantuan finansial maupun moral, kedua adek saya Mara Angelina Batmomolin dan Maria Gratia Batmomolin
6. Sahabat, teman-teman dan saudara yang sama-sama berjuang menyelesaikan pendidikan di tanah rantau Alexandro Juanito Ngamel, Maryanto Nicolaus Duan, Paskalis Andriano Lio, Chelvin Hendricho Dessan, Benedict Veby Cheistir Renyaan, Henny Sembiring dan Christina Natalia Taringan yang sudah berjuang bersama saling mendukung dan membantu penulis.
7. Seluruh responden yang sudah berpartisipasi dan bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner pada saat penulis melakukan penelitian .

Yogyakarta, 15 April 2025

Yang menyatakan



Anderson Piet Batmomolin

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sebab tujuh kali orang benar jatuh, namun ia bangkit kembali”

(Amsal 26:16)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini

Kedua, untuk kedua orang tua saya Bapak Ignatius Batmomolin dan Ibu Benedicta Lucia Renyaanh yang telah memberikan dukungan doa kepada saya

Kedua untuk ketiga saudara saya Jeferson amat Batomomolin, Maria Angelina Batmomolin dan Maria Gratia Batmomolin yang telah mendukung saya

Keempat, kepada Pasangan, sahabat dan teman teman yang telah mendukung dan membantu saya hingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya.

Kelima, seluruh keluarga besar Batmomolin, Renyaan dan Dessan yang telah memberi dukungan dan doa kepada saya.

Keenam, kepada almarhum ayah baptis saya Hendrikus Renyaan dan Almarhuma Oma saya Chatarina Samderubun yang telah berpulang di tengah perjuangan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir kepada seluruh pembaca yang nantinya akan membaca skripsi ini sebagai referensi maupun pengembangan penelitian kedepannya.

Daftar Isi

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN.....	ii
Kata Pengantar	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Praktis	5
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.2 Kesimpulan dari Penelitian Terdahulu	9

2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Teori <i>Planned Behavior</i>	18
2.2.2 Teori <i>Planned Behavior</i> - Harga.....	19
2.2.3 Teori <i>Planned Behavior</i> - Ulasan	20
2.2.4 Teori <i>Planned Behavior</i> - Jumlah Pembelian	22
2.2.5 Teori <i>Planned Behavior</i> - Keputusan Pembelian	24
2.3 Kerangka Penelitian	24
2.4 Model Riset	25
2.5 Pengembangan Hipotesis	25
2.5.1 H1 : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee.....	26
2.5.2 H2 : Ulasan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee.....	26
2.5.3 H3 : Jumlah Pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee.	26
2.5.4 H4 : Harga, ulasan dan jumlah pembelian pembelian memiliki berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian di shopee.....	27
BAB III	28
METEDOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28

3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Data Penelitian	32
3.5 Metode Pengumpulan Data	33
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.7 Metode Analisi Data.....	36
3.8 Definisi Oprasional Variabel.....	36
3.9 Pengukuran Validitas dan Reabilitas.....	40
3.9.1 Uji Validitas.....	40
3.9.2 Uji Reabilitas	41
3.10 Metode Analisis Data Eksplanatori	42
3.11 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.12 Koefisien Determnasi R-Square	44
3.13 Uji F.....	44
3.14 Uji t.....	45
BAB IV PEMBAHASAN.....	46
4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	46
4.1.1 Hasil Uji Validitas	46

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
4.1.3 Profil Responden Penelitian.....	49
4.2 Pengujian Hipotesis	54
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.2.2 Uji koefisien Determinasi (R^2)	56
4.2.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	57
4.2.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	58
4.3 Pembahasan Analisis	60
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.3.2 Ulasan terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.3.3 Jumlah pembelian terhadap Keputusan Pembelian	61
4.3.4 Pengaruh Harga, Ulasan, dan Jumlah pembelian terhadap Keputusan Pembelian.....	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 Saran	65

DaftarTabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional dan Indikator Penelitian.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji t	59

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	69
Lampiran 2 : Data Responden.....	78
Lampiran 3 : PRINT OUT OLAH DATA KUESIONER	121

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2.1 model penelitian	25
Gambar 4 1 Identitas berdasarkan usia	51
Gambar 4 2 Identitas Responden Berdasarkan Profesi	52
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Belanja <i>Online</i> Perbulan.....	53

Abstrak

Perilaku belanja masyarakat telah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari tingkat penggunaan internet yang semakin meningkat serta kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi. Dengan mengubah kebiasaan belanja yang sangat penting untuk kehidupan manusia. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet di menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta orang. Angka itu setara 79,5% dari total populasi Indonesia tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, ulasan, dan jumlah pembelian sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen di Shopee. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* yang disebarakan kepada warga Indonesia yang menggunakan aplikasi Shopee dan pernah melakukan pembelian di platform tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini memberikan pemahaman penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks *e-commerce* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis untuk bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen.

Kata kunci: harga, ulasan, jumlah pembelian, keputusan pembelian, *Shopee*