

**PENGARUH ULASAN PRODUK, RATING TOKO DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
GLAD2GLOW DI SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Oleh

Nurfadilah

212611029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2025**

LEMBAR PERESETUJUAN SKRIPSI

Nama : **NUR FADILAH**
Nomor Induk Mahasiswa : **212611029**
Program Studi : **S1 MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH ULASAN PRODUK, RATING
TOKO DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
GLAD2GLOW DI SHOPEE**

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen

Bekasi, 05 Agustus 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr Sofia Maulida, SE.,MM.

NIDN:0309027801

Dosen Pembimbing



Rizki Oktaviani, SE.,MM

NIDN:0403109402

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH ULASAN PRODUK, RATING TOKO DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI
SHOPEE**

OLEH

NURFADILAH

212611029

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 29 Agustus 2025

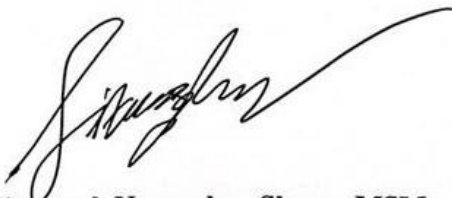
Ketua Tim Penguji



Drs. Widayatmoko, MM., M.Kom.

NIDN: 0303045901

Anggota Tim Penguji 1



Fitriasyah Nurmulya, Shum., MSM.

NIDN: 0406058904

Anggota Tim Penguji 2



Rizki Oktaviani, SE., MM.

NIDN: 0403109402

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana manajemen , di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 05 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Nurfadilah

NIM:212611029

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurfadilah

NIM : 212611029

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “ Pengaruh Ulasan Produk, Rating Toko dan Promosi Terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow di Shopee”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 30 Agustus 2025



Nurfadilah

NIM:212611029

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan, ada kemudahan.”

(QS. *Al-Insyirah*: 6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya’

(QS. *Al-Baqarah*: 286)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, dan kemudahan-Nya, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang tiada ternilai.
2. Dosen pembimbing dan seluruh dosen STIE Tri Bhakti, atas ilmu, arahan, dan bimbingan yang telah membantu saya dalam menyelesaikan studi dan tugas akhir ini.
3. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi penyemangat, tempat berbagi cerita, dan saling mendukung selama masa kuliah hingga tahap akhir penyusunan skripsi.
4. Diriku sendiri, atas keteguhan, semangat, dan keberanian untuk terus melangkah meskipun menghadapi banyak tantangan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ulasan produk, rating toko, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 160 responden yang pernah dan akan melakukan pembelian produk Glad2Glow. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability* sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan bantuan SPSS versi 25. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel ulasan produk, rating toko, dan promosi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai R Square sebesar 0,610 menunjukkan bahwa 61% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ulasan produk, rating toko, dan promosi. Sisanya 39% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti harga, kualitas produk, influencer, dan citra merek. Semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, baik secara simultan maupun parsial, yang berarti seluruh variabel independen (ulasan produk, rating toko, dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow di Shopee. Temuan ini didukung oleh tanggapan kuesioner serta hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Glad2Glow terus meningkatkan kualitas ulasan, menjaga rating toko yang tinggi, serta mengoptimalkan strategi promosi guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen di platform Shopee.

Kata kunci: Ulasan Produk, Rating Toko, Promosi, Keputusan Pembelian, E-commerce, Shopee, Glad2Glow

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product reviews, store ratings, and promotions on the purchasing decision of Glad2Glow products on Shopee. The research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 160 respondents who have purchased or intend to purchase Glad2Glow products. The sampling technique used in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The data analysis technique employed is multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25. The results of the partial test (t-test) show that the variables of product reviews, store ratings, and promotions each have a positive and significant influence on purchasing decisions, with significance values less than 0.05. The results of the simultaneous test (F-test) indicate that all three variables together significantly influence purchasing decisions. The R Square value of 0.610 indicates that 61% of the variation in purchasing decisions can be explained by product reviews, store ratings, and promotions, while the remaining 39% is explained by other variables not examined in this study, such as price, product quality, influencers, and brand image. All hypotheses in this study are accepted, both simultaneously and partially, indicating that all independent variables (product reviews, store ratings, and promotions) significantly influence the purchasing decisions of Glad2Glow products on Shopee. These findings are supported by questionnaire responses and previous research. Based on the results, it is recommended that Glad2Glow continue to improve the quality of product reviews, maintain high store ratings, and optimize promotional strategies to enhance consumer purchasing decisions on the Shopee platform.

Keywords: *Product Reviews, Store Ratings, Promotions, Purchase Decision, E-commerce, Shopee, Glad2Glow*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Ulasan Produk, Rating Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Shopee”. Tujuan Penulisan skripsi ini yaitu untuk Memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Pendidikan S-1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan

terima kasih kepada:

1. Bapak Drs Widayatmoko, M.M.,M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti
3. Ibu Rizki Oktaviani,SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan Akuntansi serta civitas akademik STIE Tri Bhakti yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman selama mengikuti Pendidikan di STIE Tri Bhakti.
5. Nurfadilah, saya sendiri. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan sudah menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini bukan hanya sekadar hasil akademik, tetapi juga menjadi bentuk pencapaian pribadi, perjalanan panjang yang penuh dengan tantangan, ketekunan, dan proses belajar yang tidak mudah.
6. Bapak Rosidi dan Ibu Rosita selaku orang tua terimakasih atas dukungan nya selama ini yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral maupun materiil yang tak ternilai selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan Allya Shafa Cahyani dan Angel Rugian yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman kelas Manajemen STIE Tri Bhakti Bekasi, yang telah menjadi bagian dari perjalanan belajar yang penuh warna.
9. Kepada NIM 202210215180 terimakasih sudah memberi dukungan dan sempat membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orang nya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan segala keterbatasan, penulis berusaha memberikan yang terbaik. Semoga karya ini dapat bermanfaat, tidak hanya untuk penulis, tetapi juga bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Bekasi, 05 Agustus 2025



Nur Fadilah

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11

2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Pemasaran Digital	12
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.5 Ulasan Produk.....	19
2.1.6 Rating Toko	22
2.1.7 Promosi	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Penelitian	32
2. 4 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.1.1 Tujuan Penelitian	35
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	35
3.1.3 Strategi Penelitian	36
3.1.4 Unit Analisis	36
3.1.5 Keterlibatan Penelitian.....	36
3.1.6 Latar Penelitian	36
3.1.7 Waktu Pelaksanaan	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	37
3.2.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	37
3.2.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)	38
3.3 Populasi dan sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel	40
3.4 Sumber Data	41
3.5 Teknik pengumpulan data.....	41

3.5.1 Pengukuran	42
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.6.1 Uji Instrumen	43
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.6.4 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Produk- Produk Glad2Glow	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.2 Uji Instrumen	61
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.2.5 Uji Hipotesis	72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.3.1 Pembahasan Hasil Tanggapan Kuesioner	76
4.3.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Simpulan	89
5.2 Saran-Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Dependen (Y).....	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel Independen (X)	38
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert	42
Tabel 4.1 Uji Instrumen Validitas Ulasan Produk	61
Tabel 4.2 Uji Instrumen Validitas Rating Toko.....	62
Tabel 4.3 Uji Instrumen Validitas Promosi.....	62
Tabel 4.4 Uji Instrumen Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Ulasan Produk	64
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Rating Toko	64
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Promosi	65
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.7 Uji Normalitas	66
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi	67
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji T)	72
Tabel 4.13 Uji Simultan (F)	74
Tabel 4.14 Uji Koefisiensi Determinasi	75
Tabel 4.15 Ulasan Produk.....	76
Tabel 4.16 Rating Toko	77
Tabel 4.17 Promosi	78
Tabel 4.18 Keputusan Pembelian.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Platform E-Commerce Terbesar.....	2
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Desain Penelitian	35
Gambar 4.1 Logo Glad2Glow	49
Gambar 4.2 Produk skincare Glad2Glow	50
Gambar 4.3 Produk Body Serum Glad2Glow.....	50
Gambar 4.4 Produk Body Wash Glad2Glow	51
Gambar 4.5 Produk Kosmetik Glad2Glow	51
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	56
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Gambar 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	58
Gambar 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Online Perbulan.....	59
Gambar 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis produk yang biasa dibeli.....	60