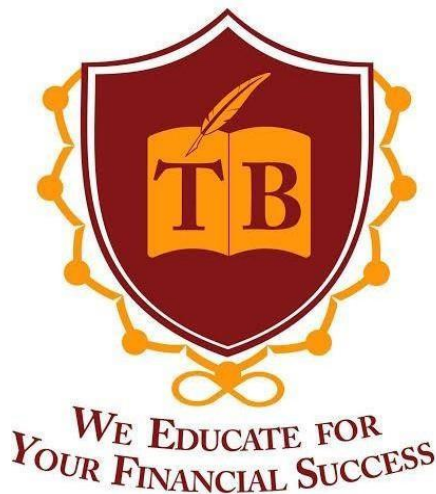


**PENGARUH ULASAN PRODUK, PROMOSI DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK ERIGO PADA PLATFORM  
SHOPEE**

(Study Kasus pada *Followers @ERIGO* di Shopee)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen



Oleh

Muhammad Fadhiel Setiawan

NIM : 232811942

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRIBHAKTI  
BEKASI  
2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadhiel Setiawan  
NIM : 232811942  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Produk, Promosi dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Platform Shopee .

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Study Srata Satu Manajemen.

Bekasi, 16 Februari 2026

Mengetahui,

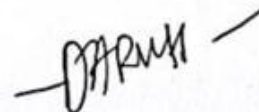
Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN: 0309027801



Dr. Darwin Hasiholan, SE.,M.Si

NIDN: 0328037401

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ULASAN PRODUK PROMOSI DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK ERIGO DI PLATFORM  
SHOPEE**

(Study Kasus pada *Followers @ERIGO* di Shopee)

**Oleh**

Muhammad Fadhiel Setiawan

232811942

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji Pada Tanggal seperti tertera di bawah  
ini

Bekasi, 27 Februari 2026

Ketua Tim Penguji



**Dr. Sofia Maulida., SE., MM**

**NIDN: 030927801**

Anggota Tim Penguji 1

Anggota Tim Penguji 2



**Rizki Oktaviani, SE., MM.**

**NIDN: 0403109402**



**Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si**

**NIDN: 0328037401**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS  
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah 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 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 dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 27 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



**Muhammad Fadhiel Setiawan**

NIM: 232811942

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Muhammad Fadhiel Setiawan**  
NIM : **232811942**  
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 Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“Pengaruh Ulasan Produk, Promosi dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo pada Platform Shopee”**.

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, 27 Februari 2026

Yang Menyatakan,



**Muhammad Fadhiel Setiawan**

NIM: 232811942

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Di tengah ketidakpastian, tetap berjalan adalah sebuah pilihan.”

- Sirin Farid Stevy-

### **PERSEMBAHAN**

“Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa henti.”

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan produk, promosi, persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk Erigo pada platform shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian produk Erigo Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nom 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, promosi, dan persepsi kualitas 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 0.461 menunjukkan bahwa 46,1% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ulasan produk, promosi, dan persepsi kualitas Sisanya 53,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti harga, diskon dan citra merek. Semua hipotests dalam penelitian ini diterima, baik secara simultan maupun parsial, yang berarti seluruh variabel independen (ulasan produk, Promosi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo di Shopee. Temuan ini didukung oleh tanggapan kuesioner serta hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Erigo terus meningkatkan kualitas ulasan, menjaga persepsi konsumen yang baik, serta mengoptimalkan strategi promosi guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen di platform Shopee.

**Kata Kunci : Ulasan Produk, Promosi, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian, Erigo, Shopee.**

## **ABSTRACT**

*This study was conducted with the aim of determining the influence of product reviews, promotions, perceived quality on purchasing decisions for Erigo products on the Shopee platform. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire to 100 respondents who have purchased Erigo products. The sampling technique used in this study is the non probability sampling method used, namely purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS version 25. The results of the partial test (t test) show that the variables of product reviews, promotions, and perceived quality each have a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of  $<0.05$ . The results of the simultaneous test (F test) show that the three variables together have a significant effect on purchasing decisions. The R Square value of 0.461 indicates that 46.1% of the variation in purchasing decisions can be explained by product reviews, promotions, and perceived quality. The remaining 53.9% is explained by other variables not studied, such as price, discounts and brand image. All hypotheses in this study were accepted, both simultaneously and partially, meaning that all independent variables (product reviews, promotions, and promotions) significantly influenced the purchase decision for Erigo products on Shopee. This finding is supported by questionnaire responses and previous research findings. Based on the research findings, it is recommended that Erigo continue to improve the quality of its reviews, maintain positive consumer perceptions, and optimize its promotional strategies to increase consumer purchase decisions on the Shopee platform.*

**Keywords: Product Reviews, Promotions, Perceived Quality, Purchase Decisions, Erigo, Shopee.**

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ulasan Produk, Promosi dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo pada Platform Shopee.”

Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu guna memenuhi salah satu syarat keuluan Strata pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapat bimbingan, kritik, saran dan motivasi yang sangat membangun dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Darwin Hasiholan, SE.,M.Si, Selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM selaku Ketua Program studi Manajemen STIE Tri Bhakti .
3. Bapak Drs, Widayatmoko, MM., M.Ikom selaku dosen penasihat akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
4. Kepada kedua Orang tua yang selalu memberi dukungan, doa, nasihat serta memberikan pengorbanan yang tak terhingga menjadi alasan utama penulis mampu bertahan, berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selalu ku rayu Tuhan agar di berikannya umur Panjang. 23 Tahun aku dididik dan dibina, selalu kuberharap agar ketulusan itu dihadaahi sepotong Surga oleh Tuhan yang Maha Pemurah. Hari ini, kuhadaahkan gelar S.M ini sebagai bentuk bakti syukurku. Bujuklah Tuhan agar tiap tetes darah kalian yang mengalir berdenyut di nadi ini dapat menghadaahi kalian berdua kesuksesan dan kemudahan hidup, untuk menjalani sisa waktu yang ditakdirkan sebelum Kembali menghadap-Nya dengan hati yang penuh Bahagia.

5. Adik tersayangi, Riska dan Faeyza yang menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus berusaha dan berkembang. Semoga langkah kecil yang kakak tempuh hari ini dapat menjadi inspirasi dan jalan bagi masa depanmu kelak.
6. Kepada seseorang yang pernah membuat penulis jatuh hati sebelum perjalanan menyusun skripsi ini dimulai, terima kasih telah menjadi bagian dari cerita. Meski belum bisa bersama, kehadiran dan kenangan tentangmu menjadi salah satu pengingat yang menguatkan penulis untuk terus berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat sebagai bentuk memantaskan diri.
7. Kepada sosok yang belum diketahui namanya, namun sudah tertulis dilauhul mahfuz, terima kasih telah menjadi sumber motivasi penulis sebagai bentuk memantaskan diri di masa depan.
8. Penulis Menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada teman-teman seperjuangan kelas konversi yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini. Dukungan, motivasi, dan kebersamaan kalian telah menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai bagi penulis. Kehadiran kalian membuat proses ini menjadi lebih bermakna dan penuh kenangan yang tak terlupakan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberi dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 27 Februari 2026

**Muhammad Fadhiel Setiawan**  
NIM: 232811942

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Batasan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Perumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>11</b>
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.2 Faktor-faktor Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Pemasaran Digital .....	13
2.1.4 E-Commerce .....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.6 Ulasan Produk.....	17
2.1.7 Promosi .....	19
2.1.8 Persepsi Kualitas.....	21
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>27</b>

<b>2.4 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>35</b>
<b>3.4 Sumber Data .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>37</b>
3.5.1 Pengukuran .....	37
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>38</b>
3.6.1 Uji Instrumen .....	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3.6.4 Uji Hipotesis .....	42
<b>AB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENALITIAN .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>4.2 Deskriptif Data Objek.....</b>	<b>46</b>
4.2.2 Analisis Deskriptif Penelitian Variabel.....	48
4.2.3 Uji Instrumen .....	53
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.6 Uji Hipotesis .....	63
4.2.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	64
<b>4.2.7 Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>65</b>
<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>66</b>
3.6.1 Pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian.....	69
3.6.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian .....	70
3.6.3 Pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.....	71
3.6.4 Pengaruh ulasan produk, promosi dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia .....	1
Gambar 1.2 E - Commerce Yang Sering Diakses di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	28
Gambar 4.1 Logo Brand Erigo.....	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Dependen (Y).....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen (X) .....	33
Tabel 3.3 Tabel Pengukuran .....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4 Penilaian Analisis Deskriptif .....	48
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Ulasan Produk .....	49
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Promosi.....	50
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Persepsi Kualitas .....	51
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4.9 Uji Validitas Ulasan Produk .....	54
Tabel 4.10 Uji Validitas Promosi.....	54
Tabel 4.11 Uji Validitas Persepsi Kualitas .....	54
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.13 Uji Relibilitas Ulasan Produk .....	56
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Promosi .....	56
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas.....	57
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.19 Tabel Hasil Auto Korelasi .....	61
Tabel 4.20 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	64
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	65
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data .....	82
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 3 Populasi dan Sampel.....	92
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden .....	98
Lampiran 5 Kartu Konsultasi Bimbingan .....	100
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	102
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi.....	103
Lampiran 8 Formulir Saran dan Perbaikan .....	104
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	105