

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PADA MARKETPLACE
SHOPEE DIKALANGAN MAHASISWI
STIA TABALONG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperolah Gelar Sarjana



Oleh :

Mariani

Nim : 222 632 111285

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTASI NIAGA
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTASI TABALONG**

2026

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan bimbingan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2glow Pada Marketplace Shopee Dikalangan Mahasiswi Stia Tabalong.” dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Niaga.

Bersama ini pekenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sebesarbesarnya dengan hati yang tulus kepada:

1. Ibu Hj. Rahmi Hayati, S.Sos., M.A.P., selaku Ketua STIA Tabalong yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Administrasi Niaga.
2. Ibu Shinta Avriyanti, SE.,M.A.B. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
3. Ibu Hj. Saumira Mirnayanti, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga kami dapatZX menyelesaikan Proposal Penelitian ini.
4. Bapak Ahmad Farhani, S.Kom., M.A.B. selaku Penguji I bapak Saroyo.S.Hut.,M.M. selaku penguji II yang telah memberikan kesempatan dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan perkuliahan di Program studi Ilmu Administrasi Niaga

5. Dosen-dosen dan seluruh sekretariat kampus STIA Tabalong yang telah membantu dan memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan.
6. Ayah, Ibu dan saudara serta pasangan saya yang telah memberikan dukungan, support yang luar biasa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini untuk menempuh Program Studi S1 Administrasi Niaga.
7. Rekan seperjuangan saya selama proses mengerjakan penelitian ini yang selalu menjadi tempat diskusi dan saran untuk pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner serta memberikan data yang diperlukan, sehingga sangat mendukung kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan atas bantuan dalam memberikan bimbingan, arahan dan dorongan semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan pahala dan nikmat-Nya. Amin ya Rabbal Alamin.

Tanjung, 16 April 2026

Mariani

NIM. 222632111285

RINGKASAN

Mariani, NIM 222632111285, Program Studi Administrasi Niaga Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, 2026. Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow pada *Marketplace* Shopee di Kalangan Mahasiswi STIA Tabalong. Dosen pembimbing Ibu Hj.Saumira Mirnayanti S.Kom., M.M.

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat melalui e-commerce, dengan Shopee sebagai salah satu platform utama. Namun, terjadi penurunan rata-rata pengeluaran meskipun aktivitas pencarian meningkat, yang dikenal dengan fenomena “Rojali” (Rombongan Jarang Beli) dan “Rohana” (Rombongan Hanya Nanya), menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dalam mengambil keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow pada marketplace Shopee di kalangan mahasiswi STIA Tabalong; dan 2) seberapa besar pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow Glad2Glow pada *Marketplace* Shopee di Kalangan Mahasiswi STIA Tabalong

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Sampel diambil secara purposive sebanyak 83 mahasiswi STIA Tabalong dari populasi 492 (rumus Slovin, α 10%) yang pernah membeli produk Glad2Glow di Shopee. Data dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS 30.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) ada pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow *Marketplace* Shopee di Kalangan Mahasiswi STIA Tabalong 2) *Online Customer Review* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk glad2glow Glad2Glow pada *Marketplace* Shopee di Kalangan Mahasiswi STIA Tabalong

Dari hasil perhitungan uji t dan hipotesis, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,354 atau 35,4%, yang menunjukkan bahwa *Online Customer Review* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow di Shopee. Sedangkan sisanya sebesar 64,6% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. karena dengan karunianya dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow pada marketplace Shope dikalangan mahasiswi STIA Tabalong” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun Memenuhi Persyaratan Memperolah Gelar Sarjana. Saya menyadari betul bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan dalam kemampuan penulisan, baik dari materi maupun penyajian. Namun demikian, penulis telah berusaha sebaik-baiknya menyelesaikan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga memohon dengan sangat supaya berkenan memberikan saran dan kritik yang membangun demi bisa memperbaiki dan menyempurnakan Skripsi ini serta dapat menjadi masukan bagi penulis supaya bisa memperbaiki dan mengembangkan diri di lain kesempatan

Tanjung, 16 April 2026

Mariani

NIM. 222632111285

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMABAR PENGASAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINATITAS	iii
HASIL UJI PLASIASI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran	11
2. Promosi	17
3. <i>Online Customer Review</i>	19

4. Perilaku Pembelian.....	23
5. Keputusan pembelian.....	27
C. Kerangka Konseptual.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	33
C. Populasi Dan Sampel	34
D. Sumber Data.....	36
E. Definisi Operasional Variabel.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	42
H. Waktu Penelitian.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
B. Hasil Penelitian	51
C. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Definisi Operasional Variabel.....	37
2.	Bobot Nilai Skala Likert	41
3.	Interpretasi Koefisien Determinasi	48
4.	Usia Responden	52
5.	Program Studi	52
6.	Kelas	52
7.	Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i> (X).....	54
8.	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	56
9.	Deskriptif Frekuensi <i>Online Customer Review</i> (X).....	59
10.	Deskriptif Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)	61
11.	Hasil uji Validitas variabel <i>Online Customer Review</i> (X).....	63
12.	Hasil uji Validitas variabel Keputusan Pembelian (Y).....	64
13.	Hasil Uji Realiabilitas <i>Online Customer Review</i> (X)	66
14.	Hasil Uji Realiabilitas Keputusan Pembelian (Y)	66
15.	Hasil Uji Normalitas <i>One- Sample Kolmogorov Smirnov</i>	69
16.	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	70
17.	Hasil Uji Regresi Liner Sederhana	71
18.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Konseptual.....	31
2.	Hasil Uji Normalitas Grafik P –P Plot.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
1.	Kuesioner Penelitian
2.	Rekapitulasi Angket
3.	Hasil karakteristik Responden
4.	Hasil Statistik Deskriptif
5.	Hasil Uji Validitas
6.	Hasil Uji Reliabilitas
7.	Hasil Uji Normalitas
8.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana, dan Uji Hipotesis (Uji t)
9.	Hasil Uji Koefisien Determinasi
10.	Tabel r
11.	Tabel t