

**PENGARUH FOTO PRODUK, *CUSTOMER REVIEWS*,
CUSTOMER RATINGS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SHOPEE FOOD*
(Studi Pada Mahasiswa/I UKDC)**

SKRIPSI



OLEH :

ROY JOHAN RICARDO

19110066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2023

**PENGARUH FOTO PRODUK, *CUSTOMER REVIEWS*,
CUSTOMER RATINGS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SHOPEE FOOD***

(Studi Pada Mahasiswa/I UKDC)

SKRIPSI



OLEH:

ROY JOHAN RICARDO

19110066

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA

2022

**PENGARUH FOTO PRODUK, *CUSTOMER REVIEWS*,
CUSTOMER RATINGS DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SHOPEE FOOD*
(Studi Pada Mahasiswa/i UKDC)**

**Disusun sebagai salah satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

ROY JOHAN RICARDO

19110066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI**

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Roy Johan Ricardo

NPM : 19110066

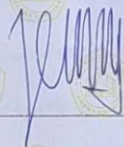
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Foto produk, *Online Customer Reviews*, *Online Customer Ratings*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *Shopee Food* (Studi pada Mahasiswa/I aktif UKDC)

Pembimbing

Tanggal:



(Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal :



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Foto Produk, Customer Review, Customer Rating, dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa/I
UKDC Angkatan 2019)

Telah diuji dan dipertahankan
di hadapan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma
Cendika Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada Hari Rabu, Tanggal 9 - 8 - 2023

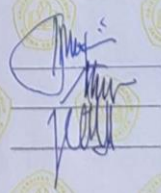
Disusun Oleh :

Nama : Roy Johan Ricardo
NPM : 19110066
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

Nama

1. Drs. Ec. Bruno Hani Pahar, S.E., M.M.
2. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.
3. Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **ROY JOHAN RICARDO** dengan NPM 1911006

telah diuji pada hari 13-7-2023

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan, M.M.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Roy Johan Ricardo
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen Pemasaran
Alamat : Jalan Angkasa 39 Perumahan AURI, Sidoarjo
No. Identitas : 3515080507000010

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Foto Produk, *Customer Review*, *Customer Rating*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Shopee Food* (Studi Pada Mahasiswa/I UKDC Angkatan 2019)

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara umum dalam bentuk jurnal atau yang lain. Skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku secara umum. Apabila dikemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan dengan benar dan penuh tanggung jawab

Surabaya,.....

Hormat Saya,



Roy Johan Ricardo

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Foto Produk, *Customer Review*, *Customer Rating*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Shopee Food* (Studi pada Mahasiwa/I UKDC Angkatan 2019)” ini bisa diselesaikan dengan baik. Selesaiannya tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari beberapa pihak sehingga pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ini, ucapan terimakasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada:

1. Romo Adrian Adirejo, S.T.L., M.A., S.T.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika atas dukungan yang diberikan
2. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M., S.E. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada peneliti di dalam perkuliahan dan di luar perkuliahan.
4. Bapak Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada peneliti sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat.
5. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing peneliti selama 3,5 tahun ini.
6. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada peneliti.
7. Sahabat dan rekan seperjuangan yang selalu memberikan dukungan sehingga peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik (Monica, Rachel, Fitri, Jenny, Bagas, Dyllon).
8. Aprilia Angka Jaya Kusuma selaku partner dari peneliti yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, motivasi, kesabaran, tenaga dan waktu kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini



9. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti berharap agar tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang membangun akan dijadikan pembelajaran di masa yang akan datang. Akhiri kata, peneliti mengucapkan terimakasih dan mohon maaf bila ada kata yang kurang berkenan pada penulisan skripsi ini.

Surabaya,.....

Peneliti

Roy Johan Ricardo

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Foto produk.....	8
2.1.2 <i>Customer Reviews</i>	9
2.1.3 <i>Customer Ratings</i>	11
2.1.4 Harga.....	12
2.1.5 Keputusan Pembelian	13
2.2 Pengaruh Antar Variabel	16
2.2.1 Pengaruh Foto produk terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.2.2 Pengaruh <i>Customer Reviews</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Ratings</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.3.1 Penelitian Fauzi dan Lina, 2021 Dengan Judul Peran Foto Produk, <i>Online Customer Review, Online Customer Rating</i> pada Minat Beli	



Konsumen di <i>E-Commerce</i> , Diperoleh Hasil Penelitian Sebagai Berikut:	17
2.3.2 Penelitian Ardianti, 2019 Dengan Judul Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Marketplace Shopee</i> : Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip, Diperoleh Hasil Penelitian Sebagai Berikut:	18
2.3.3 Penelitian Servanda., et al, 2019 Dengan Judul Peran Ulasan Produk dan Foto Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria dan Wanita, Diperoleh Hasil Penelitian Sebagai Berikut:.....	19
2.3.4 Penelitian Istiqomah dan Mufidah, 2021 Dengan Judul Pengaruh Review Service Menu dan <i>Rating</i> Menu Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Marketplace Shopeefood, Diperoleh Hasil Penelitian Sebagai Berikut:.....	21
2.3.5 Penelitian Magdalena, Kalangi, dan Tamengkel, 2021 Dengan Judul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang, Diperoleh Hasil Penelitian Sebagai Berikut :	22
2.3.6 Penelitian Paujiah, Ahmad, dan Wulan, 2022 Dengan Judul Pengaruh Foto Produk Dan <i>Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood Dengan Hasil Sebagai Berikut :	24
2.3.7 Penelitian Farki, Baihaqi, dan Wibawa, 2016 Dengan Judul Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia Dengan Hasil Sebagai Berikut:	25
2.4 Rerangka Pemikiran	27
2.5 Kerangka Konseptual	28
2.6 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	30



3.2.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2.2 Sumber Data	30
3.3 Variabel Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	31
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	31
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Terikat	33
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.5.1 Populasi.....	34
3.5.2 Sampel	34
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Data Kuantitatif	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda	37
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	37
3.6.5 Uji t.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum <i>Shopee Food</i>	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	41
4.3 Analisa dan Pembahasan	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas.....	50
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	50
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.3.5 Koefisien Determinasi	53
4.3.6 Uji t	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA	62
----------------------	----



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	17
Tabel 2. 2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	19
Tabel 2. 3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	20
Tabel 2. 4 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	22
Tabel 2. 5 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	23
Tabel 2. 6 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	24
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa yang menjadi responden	35
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	37
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	40
Tabel 4. 2 Program Studi Responden.....	40
Tabel 4. 3 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Foto Produk (X1)	42
Tabel 4. 4 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Customer Reviews</i> (X2)	43
Tabel 4. 5 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel <i>Customer Rating</i> (X3)	44
Tabel 4. 6 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Harga (X4).....	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Hasil Pertanyaan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Data.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas Data	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji <i>Glejser</i>	51
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linier Berganda Y	52
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi <i>R-Square</i>	53
Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linier Berganda Keputusan Pembelian (Y)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran	27
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4. 1 Logo Shopee <i>Food</i>	39
Gambar 4. 1 Kurva Distribusi Foto Produk	55
Gambar 4. 1 Kurva Distribusi <i>Customer Review</i>	55
Gambar 4. 1 Kurva Distribusi <i>Customer Rating</i>	56
Gambar 4. 1 Kurva Distribusi Harga	57

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	64
LAMPIRAN 2	67
LAMPIRAN 3	69
LAMPIRAN 4	72
LAMPIRAN 5	73
LAMPIRAN 6	74
LAMPIRAN 7	75
LAMPIRAN 8	76
LAMPIRAN 9	77
LAMPIRAN 10	78

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran hak cipta akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia melaju sangat cepat sehingga kita dapat berbelanja apapun melalui *E-Commerce*. Melakukan transaksi secara *online* sekarang ini menjadi pilihan yang tepat karena memudahkan kita dalam membeli suatu produk dan menghemat waktu karena tidak perlu pergi ke toko atau ke tempat belanja. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah foto produk, *online customer reviews*, *online customer ratings*, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Shopee Food* (studi pada mahasiswa/I aktif UKDC). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan google form, menggunakan metode *purposive sampling*. Sample penelitian adalah mahasiswa/i Universitas Katolik Darma Cendika yang pernah menggunakan jasa aplikasi *shopee food*. Data penelitian diolah menggunakan SPSS 26. Hasil analisis data menunjukkan semua item pertanyaan masing-masing variabel dinyatakan valid dengan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sebesar 0.1966, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil *P-P* Plot uji normalitas bahwa data yang digunakan pada penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas tidak menunjukkan multikolinearitas antar variabel independent pada model regresi dengan nilai > 0,10 atau $VIF < 10$. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi karena tidak membentuk pola yang jelas dan adanya sebaran titik-titik di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 0,555 + 0,238 X_1 + 0,140 X_2 + 0,213 X_3 + 0,238 X_4$. Besarnya pengaruh foto produk, *customer review*, *customer ratings*, dan harga terhadap keputusan pembelian pada *shopee food* (studi pada mahasiswa/i aktif UKDC) berdasarkan *Adjusted R-Square* adalah 71,3%. Hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel foto produk, *customer review*, *customer rating*, dan harga dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $sig. < 0,05$.

Kata kunci: Foto Produk, *Customer Review*, *Customer Rating*, Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The development of E-Commerce in Indonesia is moving so fast that we can shop for anything through E-Commerce. Making transactions online is now the right choice because it makes it easier for us to buy a product and save time because there is no need to go to a store or to a shopping place. The purpose of this study is to determine whether product photos, online customer reviews, online customer ratings, and prices affect purchasing decisions at Shopee Food (study on active UKDC students). This research is quantitative research by distributing questionnaires online using google form, using purposive sampling method. The research sample is students of Darma Cendika Catholic University who have used shopee food application services. The results of data analysis show that all question items for each variable are declared valid with $r_{count} > r_{table}$ of 0.1966, all variables are declared reliable with a Cronbach's Alpha value > 0.60 . The results of the P-P Plot normality test show that the data used in the study are normally distributed. The results of the multicollinearity test do not show multicollinearity between the independent variables in the regression model with a value > 0.10 or $VIF < 10$. The results of the heteroscedasticity test show that there are no symptoms of heteroscedasticity in the regression model because it does not form a clear pattern and the distribution of points above and below the number 0 on the Y axis. The results of the multiple linear regression equation in this study are $Y = 0.555 + 0.238 X_1 + 0.140 X_2 + 0.213 X_3 + 0.238 X_4$. The magnitude of the influence of product photos, customer reviews, customer ratings, and prices on purchasing decisions on shopee food (study on active UKDC students) based on Adjusted R-Square is 11.1%. The t test results show that product photo, customer review, customer rating, and price variables in this study have a significant effect on purchasing decisions with a sig value < 0.05 .

Keywords: Product Photo, Customer Review, Customer Rating, Price, Purchase Decision

