

**PENGARUH HARGA, ULASAN PELANGGAN ONLINE, DAN RATING
PELANGGAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
BELLA SQUARE DI SHOPEE**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh:

SITI AISYAH

NPM : 2261201003145

UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Siti Aisyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003145
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Ulasan Pelanggan Online, dan
Rating Pelanggan Online Terhadap Keputusan
Pembelian Hijab Bella Square di Shopee

Pasuruan, 29 Januari 2026

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Bambang Sutikno. MM)

Dosen Pembimbing II



(Dra. Sri Hastari. MM)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 29 Januari 2026

TIM PENGUJI

1. Eni Erwantiningsih, S.E., M.M

1. Ketua.....

2. Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M

2. Sekretaris.....

3. Dra. Sri Hastari, M.M

3. Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



(Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M)

HALAMAN PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aisyah

NPM : 2261201003145

Alamat Rumah : Karangpandan RT.002 RW.001 Karang Pandan, Kec. Rejoso,
Kab. Pasuruan, Jawa Timur (67181)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Harga, Ulasan pelanggan Online dan Rating Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Bella Square di Shopee" Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 29 Januari 2026

Yang Membuat



Siti Aisyah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Siti Aisyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003145

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 27 Juli 2003

Alamat : Karangpandan RT.002 RW.001 Karang Pandan,
Kec. Rejoso, Kab. Pasuruan, Jawa Timur (67181)

Nama Orang Tua (Ayah) : Nur Ikhsan

(Ibu) : Fathonah

Riwayat Pendidikan

1. TK Al-Masyhur Pasuruan (2008-2010)
2. MI Al-Masyhur Pasuruan (2010-2016)
3. MTS Al-Masyhur Pasuruan (2016-2019)
4. MA Al-Masyhur Pasuruan (2019-2022)
5. Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan (2022)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

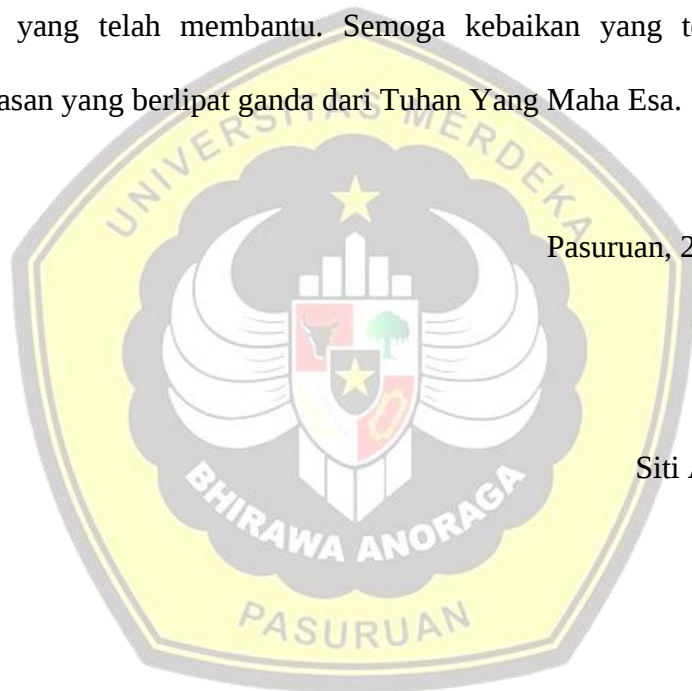
1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, kekuatan, dan hikmah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta saya, yaitu Ayah (Nur Ikhsan), Ibu (Fathonah) dan Kakak tercinta (Halimatussa'diyah) yang selalu memberikan dukungan moral, materi, do'a, dan kasih sayang tanpa batas.
3. Keluarga besar Bani Abdul Aziz yang telah memberikan segala dukungan doa dan kasih sayangnya yang tiada henti selama proses penulisan skripsi ini. Atas semangat dan kebersamaan yang selalu menguatkan saya, tanpa dukungan dan kehadiran kalian saya tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik semoga apa yang telah saya capai ini menjadi kebanggan bagi kalian.
4. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P. selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.

5. Dekan Fakultas Ekonomi, Dra. Agnes Ratna Pudyaningsih, M.M, beserta seluruh jajaran pimpinan fakultas yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
6. Dosen Pembimbing 1 (Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M) dan Dosen Pembimbing 2 (Dra. Sri Hastari, M.M), yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar dan penuh dedikasi. Tanpa bimbingan beliau, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.
7. Sahabat terbaik saya yaitu Adinda Raisya Marcelia, Devi Rahmawati, dan Salma Salsabila yang selalu membantu saya dan memberikan tawa dalam setiap langkah perjalanan saya. Sekaligus sahabat KKN saya yakni Hurotul Akyun dan Shofiah Baiti Auliyah yang memberikan semangat, motivasi, serta candaan yang selalu menghibur saya.
8. Teman-teman terdekat yaitu Mukarromah, Novita, Salman yang telah menemani dan mendukung saya selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri Siti Aisyah, karena telah mampu berusaha keras, berjuang sejauh ini dan mampu mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan diluar dan tak pernah memutuskan untuk menyerah dalam keadaan sesulit apapun prosesnya, dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Sampai akhirnya hari ini bisa menuliskan kalimat manis untuk diri sendiri. "Mungkin kamu tidak seberuntung perempuan diluar sana,

tapi perempuan diluar sana tidak akan sekuat kamu". Kamu kuat Kamu hebat dan yakinkan pada dirimu Kamu berhak bahagia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sebagai penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.



Pasuruan, 29 Januari 2026

Siti Aisyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Keputusan Pembelian	13
1. Pengertian Keputusan Pembelian	13
2. Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	15
3. Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	16

4. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	17
5. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
6. Indikator Keputusan Pembelian	21
B. Harga	22
1. Pengertian Harga	22
2. Peranan Harga	23
3. Penetapan Harga	24
4. Faktor Yang Mempengaruhi Harga	25
5. Indikator Harga	26
C. Ulasan Pelanggan Online	27
1. Pengertian Ulasan Pelanggan Online	27
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ulasan Pelanggan Online .	29
3. Indikator Ulasan Pelanggan Online	30
D. Rating Pelanggan Online	30
1. Pengertian Rating Pelanggan Online	30
2. Indikator Rating Pelanggan Online	32
E. Penelitian Terdahulu	33
F. Kerangka Konseptual	43
G. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Definisi Operasional Variabel	47
B. Ruang Lingkup Penelitian	53
C. Lokasi Penelitian	53

D. Populasi dan Sampel	54
E. Jenis dan Sumber Data	55
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Teknik Pengolahan Data	58
H. Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	71
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	71
B. HASIL PENELITIAN	73
1. Uji Instrumen Penelitian	73
a. Uji Validitas	73
b. Uji Reliabilitas	75
2. Uji Asumsi Klasik	76
a. Uji Normalitas	76
b. Uji Multikolinearitas	78
c. Uji Heterokedastisitas	79
d. Uji Linieritas	81
3. Analisis Deskriptif	82
a. Deskriptif Karakteristik Responden	83
b. Deskriptif Jawaban Responden	84
4. Analisis Regresi Linier Berganda	98
5. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	103
6. Pengujian Hipotesis	106
a. Uji Simultan (Uji F)	106

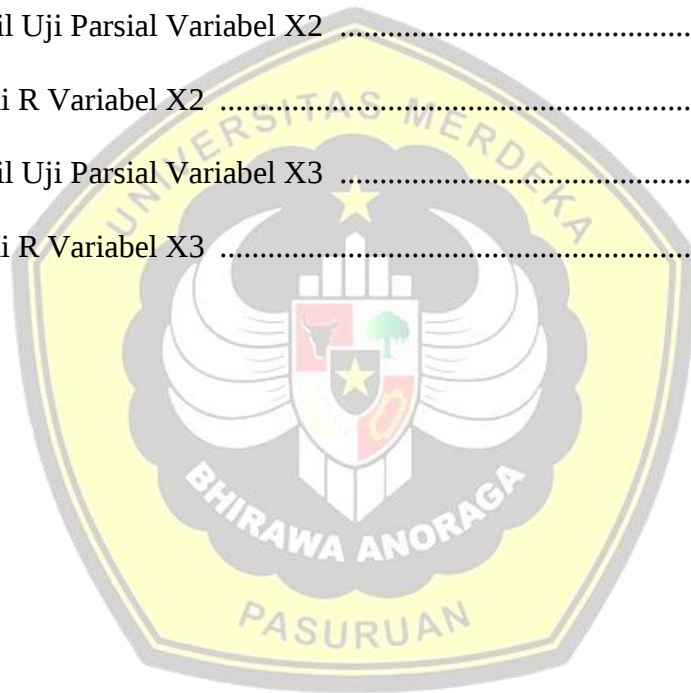
b. Uji Parsial (Uji T)	110
C. PEMBAHASAN	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
A. KESIMPULAN	126
B. SARAN	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matrik Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas	74
Tabel 4 Hasil Pengujian Reliabilitas	75
Tabel 5 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	77
Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 7 Hasil Uji Linearitas	82
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 10 Interval Kelas	86
Tabel 11 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	87
Tabel 12 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Harga	90
Tabel 13 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Ulasan Pelanggan Online ..	93
Tabel 14 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Rating Pelanggan Online ...	96
Tabel 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel X1, X2, dan X3	98
Tabel 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel X1 dan X2	100
Tabel 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel X1 dan X3	101
Tabel 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Variabel X2 dan X3	102
Tabel 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	104
Tabel 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square Variabel X1 dan X2)	104
Tabel 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square variabel X1 dan X3)	105

Tabel 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square variabel X2 dan X3)	105
Tabel 23 Hasil Uji Simultan Variabel X1, X2, dan X3	107
Tabel 24 Hasil Uji Simultan Variabel X1 dan X2	108
Tabel 25 Hasil Uji Simultan Variabel X1 dan X3	109
Tabel 26 Hasil Uji Simultan Variabel X2 dan X3	110
Tabel 27 Hasil Uji Parsial Variabel X1	111
Tabel 28 Nilai R Variabel X1	112
Tabel 29 Hasil Uji Parsial Variabel X2	112
Tabel 30 Nilai R Variabel X2	113
Tabel 31 Hasil Uji Parsial Variabel X3	113
Tabel 32 Nilai R Variabel X3	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Databoks <i>E-Commerce</i>	1
Gambar 2 Harga Hijab Bella Square	3
Gambar 3 Ulasan Pelanggan Hijab Bella Square	4
Gambar 4 Rating Pelanggan Hijab Bella Square	5
Gambar 5 Kerangka Konseptual	44
Gambar 6 P-Plot Refresion Standardized Residual	77
Gambar 7 Grafik Scatterplot	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Jadwal Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi

Lampiran 4. Analisis Deskriptif Responden

Lampiran 5. Teknik Analisis

Lampiran 6. R tabel, F tabel, T tabel



PENGARUH HARGA, ULASAN PELANGGAN ONLINE, DAN RATING PELANGGAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB BELLA SQUARE DI SHOPEE

Siti Aisyah¹, Bambang Sutikno², Sri Hastari³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2 3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

sitiaisyah7064@gmail.com¹, bambangtikno@gmail.com², sri.hastari@gmail.com³

Abstrak

Perkembangan e-commerce mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk fashion secara online, salah satunya hijab Bella Square di platform Shopee. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh harga, ulasan pelanggan online, dan rating pelanggan online terhadap keputusan pembelian hijab Bella Square di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian sebanyak **85 responden** dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga, ulasan pelanggan online, dan rating pelanggan online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga dan ulasan pelanggan online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) harga dan rating pelanggan online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) ulasan pelanggan online dan rating pelanggan online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) ulasan pelanggan online secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (7) rating pelanggan online secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa 54% keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut dan 45% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Harga, Ulasan Pelanggan Online, Rating Pelanggan Online, Keputusan Pembelian.