

PENGARUH *CUSTOMER RATING* , *CUSTOMER REVIEW* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM KULINER DI LAYANAN *GO FOOD* (STUDI KASUS : SIOMAY PARAHYANGAN BANG ASEP KOTA PASURUAN)

SKRIPSI

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

HALAMAN JUDUL

Disusun Oleh :

INDRI FEBRIANTI

NPM : 2261201003111



**UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
FAKULTAS EKONOMI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indri Febrianti
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003111
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Rating* , *Customer Review* Dan *Digital Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan Umkm Kuliner Di Layanan *Go Food* (Studi Kasus : Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan).

Pasuruan, 29 Januari 2026

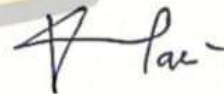
DISETUJUI DAN DITERIMA :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



(Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A.)



(Hari Wahyuni, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi

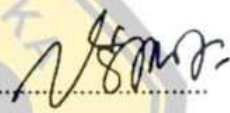
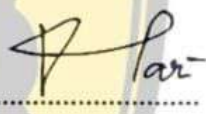


(Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

TIM PENGUJI

- 
- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM. | 1. Ketua  |
| 2. Yufenti Oktafiah SE. MSA | 2. Sekretaris  |
| 3. Hari Wahyuni SE.MM | 3. Anggota  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.)

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indri Febrianti

NPM : 2261201003111

Alamat : Jl. Sunan Ampel III, Kel. Petamanan, Kec. Panggungrejo
Kota Pasuruan

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Customer Rating*, *Customer Review*, dan *Digital Marketing* terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner di Layanan *Go Food* (Studi Kasus: Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan)” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa artikel: thesis ataupun disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya 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



Indri Febrianti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Indri Febrianti

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003111

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : S1 Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Garut, 10 Februari 2004

Alamat : Jl. Sunan Ampel III, Kel. Petamanan, Kec.
Panggungrejo Kota Pasuruan

Nama orang tua :

1. Ayah : Dede Hermawan

2. Ibu : Imas Saripah

Riwayat Pendidikan :

1. RA Al-Mujahidin Garut (2009 – 2010)
2. SDN 2 Dayeuhmanggung Garut (2010 – 2016)
3. MTs Cilawu Garut (2016 – 2019)
4. SMA Negeri 8 Garut (2019 – 2022)
5. Terdaftar di Universitas Merdeka Pasuruan (2022)

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indri Febrianti

NPM : 2261201003111

Alamat : Jl. Sunan Ampel III, Kel. Petamanan, Kec. Panggungrejo
Kota Pasuruan

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Customer Rating*, *Customer Review*, dan *Digital Marketing* terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner di Layanan *Go Food* (Studi Kasus: Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan)” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa artikel: thesis ataupun disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sangsi. 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

Indri Febrianti

KATA PEGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Customer Rating*, *Customer Review*, dan *Digital Marketing* terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kuliner di Layanan *GoFood* (Studi Kasus: Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan)" ini merupakan salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini bukanlah hasil kerja keras penulis semata, melainkan berkat dukungan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak yang tulus ikhlas membantu penulis. Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati, MP., selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan sekaligus dosen penguji, yang telah memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat bagi penyempurnaan skripsi ini.
3. Nurul Akramiah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi atas arahan dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan,

arahan, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

5. Hari Wahyuni, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, saran, serta masukan yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan sivitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Cinta pertama sekaligus panutan hidupku, Ayahanda Dede Hermawan dan pintu surgaku Ibunda Imas Saripah. Terimakasih atas cinta yang tak bertepi dan pengorbanan yang tak terhingga. Meski beliau tak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa beliau lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit.
8. Cinta pertama sekaligus panutan hidupku, Ayahanda Ajat Sudrajat dan pintu surgaku Ibunda Titin Safitri. Terimakasih atas cinta yang tak bertepi dan pengorbanan yang tak terhingga. Meski beliau tak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa beliau lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit.

9. Kepada kedua kakak dan adik tercinta kakak Deni Malik, Rini Maerani dan adik Indah Nurhayati, M. Fajar Sudrajat yang selalu menjadi pelita semangat dalam setiap langkah, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan.
10. Fazwa Al Wijdan, S.E., yang senantiasa menemani penulis sejak awal proses penulisan skripsi serta memberikan dukungan, pemikiran, motivasi, dan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
11. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Angkatan 2022, khususnya yang selalu kebersamai dalam proses penulisan skripsi ini yaitu, teman-teman Cegil, Radit, Muthia, Nur Zahroh, Shintara, Salman, Marcel dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah saling menguatkan, berbagi tawa serta air mata, cerita, pelukan hangat, dan semangat yang tak pernah padam.
12. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri, Indri Febrianti. Terima kasih atas keteguhan dalam menjalani proses yang tidak selalu mudah, jalan yang tak selalu ramah. Berbagai tekanan, tantangan akademik, keraguan dan air mata telah dilalui dengan penuh kesabaran dan usaha, sehingga pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab dan pencapaian akademik. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi penyajian penulisan maupun pembahasan, yang disebabkan oleh

keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

Pasuruan, 29 Januari 2026

Indri Febrianti



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Tingkat Penjualan.....	14
1. Pengertian Tingkat Penjualan.....	14
2. <i>Customer Rating</i>	18
3. <i>Customer Review</i>	21
4. <i>Digital Marketing</i>	25
5. Hubungan Antar Variabel	29
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konseptual	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Definisi Operasional Variabel	40

B. Ruang Lingkup Penelitian	42
C. Lokasi Penelitian	42
D. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
E. Sumber Data	45
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Instrumen Penelitian	47
2. Analisis Deskriptif	49
3. Uji Asumsi Klasik	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda	52
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	53
6. Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Profil Objek Penelitian	56
B. Pembahasan Deskripsi Karakteristik Responden	57
1. Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin	57
2. Distribusi Berdasarkan Pekerjaan Responden	58
3. Distribusi Berdasarkan Usia	60
4. Distribusi Berdasarkan Pendapatan	61
C. Pengujian dan Analisis Data	62
1. Uji Instrumen Penelitian	62
D. Analisis Deskriptif	65
1. Hasil Uji Analisis Deskriptif Karakter Responden	65
E. Uji Asumsi Klasik	77
1. Uji Normalitas	78
2. Uji Multikolinieritas	79
3. Uji Heteroskedastisitas	80
4. Uji Linearitas	82
F. Analisis Regresi Linear Berganda	84

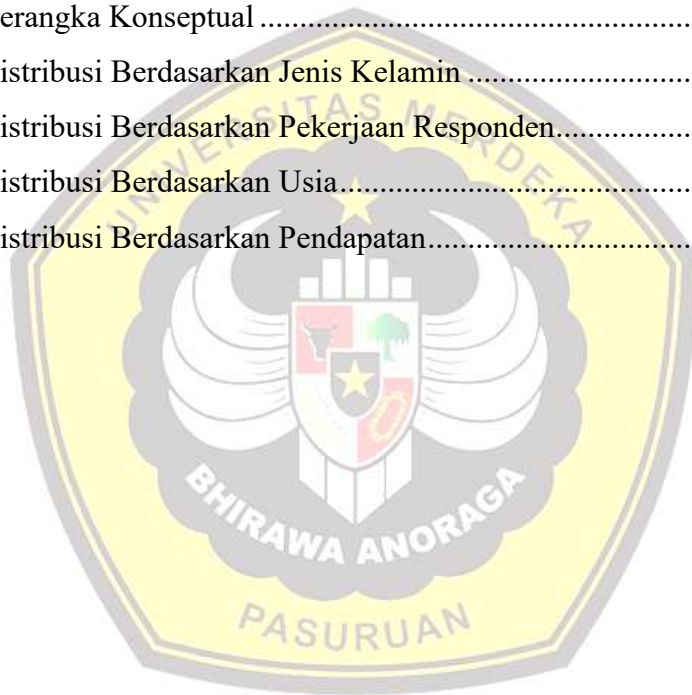
G. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	86
H. Pengujian Hipotesis.....	87
1. Uji Simultan (Uji F)	87
2. Uji Parsial (Uji t).....	88
3. Uji Pengaruh Dominan.....	90
I. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	91
1. Pengaruh <i>Customer Rating</i> , <i>Customer Review</i> , dan <i>Digital Marketing</i> terhadap Tingkat Penjualan	91
2. Pengaruh <i>Customer Rating</i> terhadap Tingkat Penjualan.....	94
3. Pengaruh <i>Customer Review</i> terhadap Tingkat Penjualan.....	96
4. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Tingkat Penjualan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101
1. Bagi Pelaku UMKM (Siomay Parahyangan Bang Asep)	101
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 Satuan Ukuran Setiap Variabel.....	15
Tabel 2 Matrik Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 4 Keterangan Jawaban Responden	49
Tabel 5 Kriteria Penilaian.....	50
Tabel 6 Ketentuan Uji Validitas	63
Tabel 7 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 9 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Customer Rating</i> (X ₁).....	66
Tabel 10 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Customer Review</i> (X ₂).....	69
Tabel 11 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Digital Marketing</i> (X ₃)	72
Tabel 12 Deskriptif Jawaban Variabel Tingkat Penjualan (Y)	75
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 16 Uji Linieritas X dengan Y	83
Tabel 17 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 18 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R</i> ²).....	86
Tabel 19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87
Tabel 20 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	88
Tabel 21 Hasil Uji Pengaruh Dominan	90

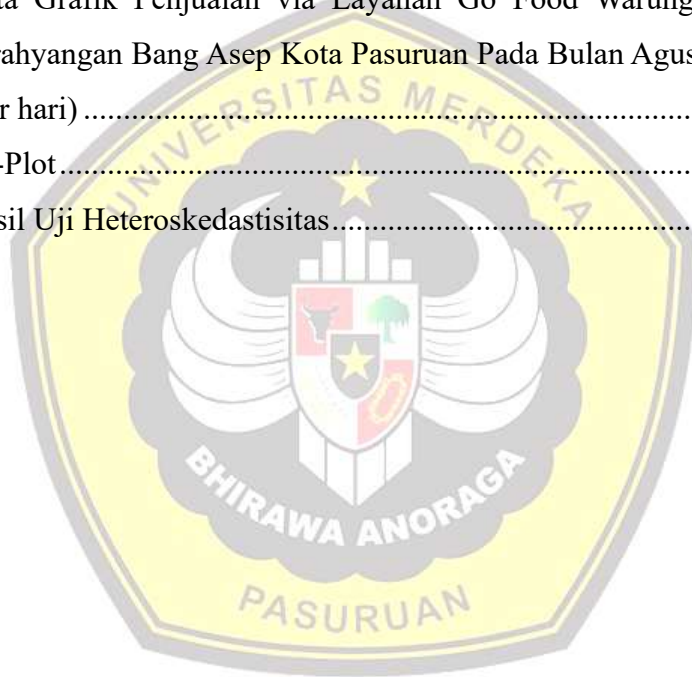
DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 Sampel <i>Customer Rating</i> dan <i>Customer Review</i> Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan	7
Gambar 2 Sampel <i>Screenshot Digital Marketing</i> di Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan	8
Gambar 3 Sampel <i>Screenshot Digital Marketing</i> di Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan	9
Gambar 4 Kerangka Konseptual	37
Gambar 5 Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 6 Distribusi Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	58
Gambar 7 Distribusi Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 8 Distribusi Berdasarkan Pendapatan.....	61



DAFTAR GRAFIK

	Hal
Grafik 1 Data Grafik Penjualan via Layanan Go Food Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan Pada Bulan Juni 2025 (per hari).....	3
Grafik 2 Data Grafik Penjualan via Layanan Go Food Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan Pada Bulan Juli 2025 (per hari).....	4
Grafik 3 Data Grafik Penjualan via Layanan Go Food Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan Pada Bulan Agustus 2025 (per hari)	4
Grafik 4 PP-Plot.....	78
Grafik 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Tabel Skor Responden Variabel Customer Rating (X1)

Lampiran 3. Tabel Skor Responden Variabel Customer Review (X2)

Lampiran 4. Tabel Skor Responden Variabel Digital Marketing (X3)

Lampiran 5. Tabel Skor Responden Variabel Tingkat Penjualan (Y)

Lampiran 6. Tabel Hasil Perhitungan SPSS

Lampiran 7. Jadwal Penelitian



PENGARUH *CUSTOMER RATING* , *CUSTOMER REVIEW* DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM KULINER DI LAYANAN *GO FOOD* (STUDI KASUS : SIOMAY PARAHYANGAN BANG ASEP KOTA PASURUAN)

Oleh :

Indri Febrianti¹, Yufenti Oktafiah², Hari Wahyuni³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail : febriantiindri920@gmail.com¹, oktaviavnty@gmail.com²,
yuniprasetya55@gmail.com³

ABSTRAK

Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan telah bermitra dengan layanan *GoFood* sejak tahun 2016, namun tingkat penjualan *online* yang diperoleh menunjukkan kondisi fluktuatif setiap bulannya. Perkembangan teknologi *digital* mendorong perubahan perilaku konsumen, khususnya pada UMKM kuliner yang memanfaatkan *platform* layanan pesan antar. Tingkat penjualan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain *customer rating*, *customer review*, dan *digital marketing*. Fenomena merebaknya setor UMKM Kuliner yang bertransformasi menjadi layanan *Food Delivery* menjadi fokus utama dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer rating*, *customer review*, dan *digital marketing* terhadap tingkat penjualan UMKM kuliner pada layanan *GoFood* dengan studi kasus Warung Siomay Parahyangan Bang Asep Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* terhadap 61 responden. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,920 menunjukkan bahwa 92% variasi tingkat penjualan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan penilaian dan ulasan konsumen serta penerapan pemasaran *digital* yang tepat berperan penting dalam meningkatkan penjualan UMKM kuliner di layanan *GoFood*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori pemasaran dari Kotler dan Keller.

Kata kunci: *Customer Rating*, *Customer Review*, *Digital Marketing*, Tingkat Penjualan