

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CUSTOMER REVIEW* DAN VARIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
FASHION ITEM PADA SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas
Merdeka Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh:
LUFIDA OKTAVIANA
20022000134**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lufida Oktaviana
Nomor Induk : 20022000134
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Influencer Marketing*, *Customer Review* dan
Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion Item*
pada Shopee

Malang, Februari 2024

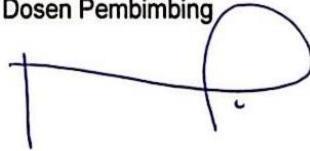
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Prodi Manajemen



(IRANY WIDYASTITI, SE.,MM)

Dosen Pembimbing



(Dr. PUDJO SUGITO, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. FAJAR SUPANTO, SE.,M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

PENGARUH *INFLUNCER MARKETING*, *CUSTOMER REVIEW* DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION ITEM* PADA SHOPEE

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Lufida Oktaviana

20022000134

Telah diujikan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 21 Februari 2024

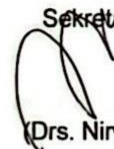
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Dr. Pudjo Sugito, MBA)

Sekretaris Penguji



(Drs. Nirwana, MM.)

Anggota Penguji



(Roby Nur Akbar, S.AB., M.AB.)

Skripsi ini Telah Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Lufida Oktaviana
NIM : 20022000134
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Marketing*, *Customer Review* dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion Item* Pada Shopee
Lokasi Penelitian : Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asli : Jl. Indrokilo Utara Kec. Lawang, Kab. Malang
No. Telepon : 0881026853308

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas dan tidak melakukan plagiat. Apabila saya melakukan plagiat, maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Malang, 19 Februari 2024


Lufida Oktaviana

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lufida Oktaviana
Nomor Induk : 20022000134
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir : Malang, 18 Oktober 2001
Alamat : Jl. Indrokilo Utara Kec. Lawang, Kab. Malang
Nama Orang Tua (Ayah) : Wiwik Sudarmanto
(Ibu) : Anik Suryani
Riwayat Pendidikan : - SDN Lawang 03 (2007-2013)
- MTs Negeri Lawang (2014-2017)
- SMA Negeri 01 Lawang (2017-2020)
- Universitas Merdeka Malang (2020-2024)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CUSTOMER REVIEW* DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION ITEM* PADA SHOPEE”** ini dengan tepat waktu, sebagai syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam mengerjakan skripsi penelitian ini tentunya tidak hanya berbekal ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis juga mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irary Windhyastiti, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Dr. Pudjo Sugito, MBA. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sabar, memberikan saran dan masukan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan sangat baik.
4. Seluruh Dosen dan Staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu dan informasi kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan serta membantu seluruh urusan administrasi yang penulis butuhkan.

5. Kepada kedua orang tua penulis yaitu ayah dan ibuk tercinta, nenek dan adek tersayang yang telah memberikan segala bentuk kasih sayang, dukungan, doa, nasihat, kepercayaan sehingga penulis bisa melanjutkan pendidikan hingga detik ini, dan berjuang dalam mencapai berbagai mimpi penulis. Tanpa dukungan keluarga tercinta, tidak mungkin penulis bisa bertahan hingga detik ini.
6. Kepada diri saya sendiri, Lufida Oktaviana yang telah bertahan hingga saat ini, terimakasih atas segala kerja keras, usaha, jerih payah dan semangatnya sehingga tidak mudah pantang menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
7. Kepada teman-teman terdekat penulis, Aniqo, Dear, Fatiha dan teman-teman KKN 33B 2023, yang telah banyak membantu, menghibur, memberikan semangat dan dukungan, serta menemani penulis selama mengerjakan skripsi dan mengemban pendidikan di Universitas Merdeka Malang, sehingga pengerjaan skripsi bisa berjalan dengan lancar. Penulis sangat amat bersyukur atas kehadiran teman-teman, sehingga penulis bisa menjalani perkuliahan dengan lebih semangat.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang juga berperan dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan kepada semua pihak. Dalam penulisan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini serta bersedia dengan sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun.

Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 19 Februari 2024

Lufida Oktaviana

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka	6
1.Landasan Teori.....	6
a. <i>Influencer Marketing</i>	6
b. <i>Customer Review</i>	8
c.Variasi Produk.....	11
d.Keputusan Pembelian	13
B. Pengembangan Hipotesis	15
1. Hubungan Antar Variabel.....	15
2. Kerangka Berfikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Definisi Operasional Variabel	23

B.Lingkup Penelitian	29
C.Lokasi Penelitian	30
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
E. Jenis dan Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Profil PT. Shopee Internaional Indonesia	40
2. Sistem dalam Bertransaksi pada Shopee	41
3. Uji Analisis Data.....	42
4. Deskripsi Responden.....	43
5. Deskripsi Jawaban Reponden	45
6. Hasil Uji Instrumen.....	55
B. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
C. Keterbatasan dalam Penelitian	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. Skala Likert	32
Tabel 4. Tabel Uji Analisis Deskriptif.....	42
Tabel 5. Karakteristik berdasarkan Umur.....	43
Tabel 6. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 7. Karakteristik berdasarkan Fakultas	44
Tabel 8. Jawaban Responden Variabel X1	45
Tabel 9. Jawaban Responden Variabel X2	48
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel X3	50
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Y	53
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer Marketing</i>	56
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Review</i>	56
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variasi Produk	57
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 17. Hasil Uji Multikolineritas	60
Tabel 18. Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Tabel 19. Hasil Uji Regresi	62
Tabel 20. Hasil Uji F	63
Tabel 21. Hasil Uji t.....	64
Tabel 22. Hasil Uji Dominan	65
Tabel 23. Hasil Uji Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambarr 1. Kerangka Berpikir	22
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	76
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	83
Lampiran 3. Output SPSS.....	87
Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan.....	97
Lampiran 5 : Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	98
Lampiran 6. Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	99
Lampiran 7: Hasil Turnitin	100

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu proses yang biasa dilakukan konsumen dalam menentukan produk atau jasa yang akan dipilih dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhinya sebelum melakukan keputusan bulat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *influencer marketing*, *customer review*, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian *fashion item* pada Shopee. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Universitas Merdeka Malang. Banyaknya responden yang dibutuhkan yaitu sebanyak 80 orang dengan kriteria mahasiswa Universitas Merdeka Malang yang pernah atau sedang menggunakan Aplikasi Berbelanja Online Shopee, dengan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data responden dilakukan dengan menggunakan pengisian kuisioner melalui *link* atau *scan barcode* Google Form. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer marketing*, *customer review* dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *fashion item* pada Shopee. Secara parsial, *influencer marketing* dan variasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *fashion item* pada Shopee, namun untuk *customer review* tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *fashion item* pada Shopee.

Kata Kunci : *Influencer Marketing*, *Customer Review*, Variasi Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Purchasing decision is a process that consumers usually carry out in determining the product or service to be selected by considering various aspects that influence them before making a unanimous decision. This study aims to determine and analyze the effect of influencer marketing, customer reviews, and product variations on purchasing decisions for fashion items at Shopee. The location chosen in this research is Merdeka University Malang. The number of respondents needed is 80 people with the criteria of Merdeka University Malang students who have used or are using the Shopee Online Shopping Application, with a minimum sample size technique. Respondent data collection is carried out using filling out a questionnaire via a link or scanning a Google Form barcode. The analysis technique used in this research is multiple linear analysis. The results showed that influencer marketing, customer reviews and product variations simultaneously influenced the decision to purchase fashion items at Shopee. Partially, influencer marketing and product variations have a significant and positive effect on purchasing decisions for fashion items at Shopee, but customer reviews do not have a significant and positive effect on purchasing decisions for fashion items at Shopee.

Keywords: *Influencer Marketing, Customer Review, Product Variety, Purchase Decision.*