

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH *CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP)**



Oleh:

INTAN FAKSI LISANDRA

NIM 22BH10057

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI  
CILACAP  
2026**

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH *CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP)**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan menyusun skripsi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Oleh:

INTAN FAKSI LISANDRA  
NIM 22BH10057

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI  
CILACAP**

**2026**

## **SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE  
(STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP)**

Oleh:

Intan Faksi Lisandra

NIM 22BH10057

Disetujui dan Disahkan

Penguji I



Elok Ainur Latif, M.M.  
NIDN.0631109002

Penguji II



Hakim, M.M.  
NIDN.0631128903

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas EKonomi  
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali



Elok Ainur Latif, M.M.  
NIDN.0631109002

## **SKRIPSI**

**PENGARUH *CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE  
(STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP)**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar strata satu (S-1)  
pada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Oleh:

INTAN FAKSI LISANDRA

NIM 22BH10057

Disetujui Untuk

Mendapatkan gelar strata satu (S-1) pada Tanggal ...../...../2026

Pembimbing I

  
Hakim, M.M.  
NIDN.0631128903

Pembimbing II

  
Suwono, M.Si.  
NIDN.06301006509

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI**

**CILACAP**

**2026**

## NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Skripsi

Lamp : -

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Nahdlatul Ulama  
Al Ghazali Cilacap  
Di – Cilacap

**Assalamualaikum wr.wb**

Setelah membaca, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Intan Faksi Lisandra

Nim : 22BH10057

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Customer Rating dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S-1).

**Wassalamualaikum wr.wb**

Cilacap, 10 Maret 2026  
Konsultan



Hakim, M.M.  
NIDN: 0631128903

## NOTA PEMBIMBING

Cilacap, 26 Februari 2026

Kepada Yth.

Kaprodi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNUGHA

Di Cilacap

Assalamualaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penyusunan skripsi dari saudara

Nama : Intan Faksi Lisandra

Nim : 22BH10057

Fakultas : Ekonomi

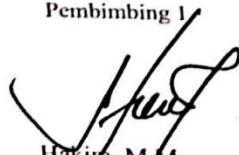
Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Customer Rating dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap)

Dengan ini Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah kami setuju dan dapat diajukan untuk mendapatkan gelar Stara Satu (S-1), atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing I



Hakin, M.M  
NIDN. 003112809

Pembimbing II



Suwono, M.Si.  
NIDN. 0603106503

## PENGESAHAN

Skripsi Saudara

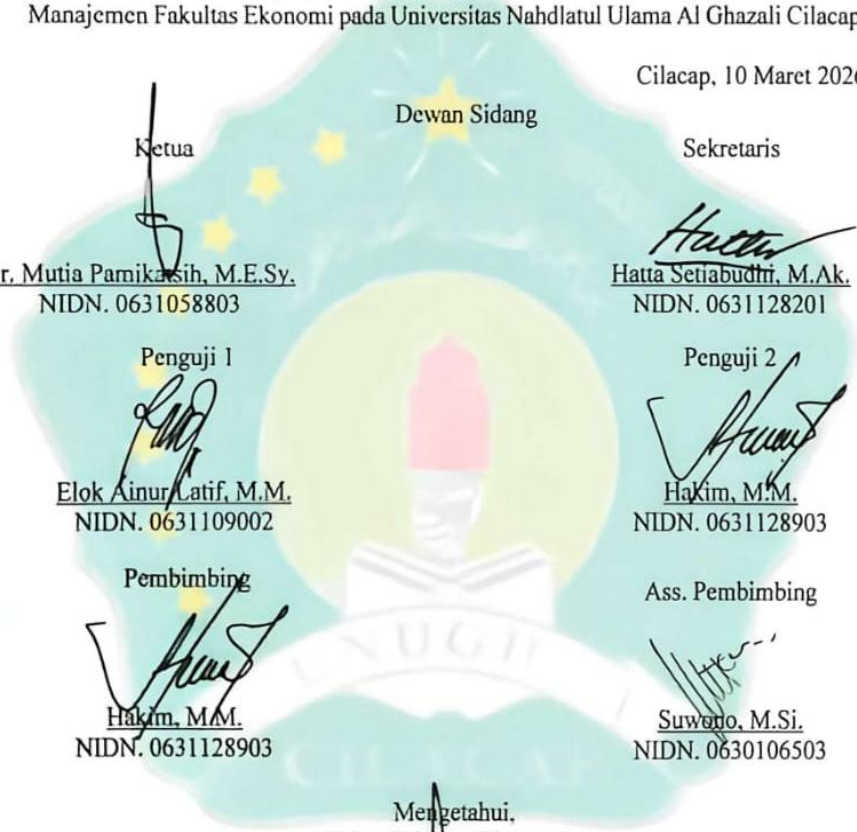
Nama : **INTAN FAKSI LISANDRA**  
NIM : 22BH10057  
Judul : Pengaruh *Customer Rating* dan Kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna *Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap)

Telah disidang Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap pada hari / tanggal :

**Selasa, 10 Maret 2026**

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Cilacap, 10 Maret 2026

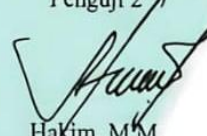


Ketua  
  
Dr. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.  
NIDN. 0631058803

Dewan Sidang

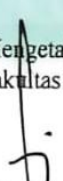
Sekretaris  
  
Hatta Setiabudhi, M.Ak.  
NIDN. 0631128201

Penguji 1  
  
Elok Ainur Latif, M.M.  
NIDN. 0631109002

Penguji 2  
  
Hakim, M.M.  
NIDN. 0631128903

Pembimbing  
  
Hakim, M.M.  
NIDN. 0631128903

Ass. Pembimbing  
  
Suwono, M.Si.  
NIDN. 0630106503

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
  
Dr. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy.  
NIK. 41 230714 160

## PERNYATAAN KEASLIAN

**Saya yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama : Intan Faksi Lisandra  
Nim : 22BH10057  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Cilacap, 10 Maret 2026  
Yang membuat pernyataan



Intan Faksi Lisandra  
22BH10057



## **MOTTO**

"Setiap langkah, sekecil apapun, mengajarkan kesabaran, ketekunan, dan keberanian berpikir. Ilmu yang dicari dengan sungguh-sungguh akan menjadi bekal yang berharga sepanjang hidup"

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat, cinta, dan syukur kepada semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya.

1. Orang tua tercinta, atas doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti yang selalu menjadi sumber kekuatan saya.
2. Keluarga dan sahabat, yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan keceriaan di setiap langkah perjalanan studi saya.
3. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi bentuk rasa syukur dan penghargaan saya kepada semua yang saya cintai dan hormati.

## KATA PENGANTAR

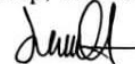
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis skripsi yang berjudul "Pengaruh Customer Rating dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap)".

Saya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.H.A Luthfi Hamidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
2. Ibu Dr.Mutia Pamikatsih, M.E.Sy. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
3. Ibu Elok Ainur Latif, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
4. Bapak Hakim, M.M. selaku dosen pembimbing I, atas bimbingan, arahan, serta waktu dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi
5. Bapak Suwono, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasinya selama proses penyusunan skripsi ini
6. Keluarga tercinta, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
7. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Cilacap, 10 Maret 2026



Intan Faksi Lisandra  
22BH10057

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Rating* dan kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *Shopee*, khususnya mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap. Latar belakang penelitian didasari oleh perkembangan pesat *e-commerce* yang mengubah perilaku konsumen dalam berbelanja secara *online*. Konsumen semakin bergantung pada informasi digital seperti rating pelanggan dan kualitas layanan untuk mengurangi ketidakpastian dalam transaksi *online*. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya pada kalangan mahasiswa yang aktif menggunakan *marketplace*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Data diperoleh melalui kuesioner, observasi, dan studi pustaka, dengan populasi sebanyak 322 mahasiswa Program Studi Manajemen UNUGHA Cilacap dan sampel 76 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Customer Rating* dan Kualitas Layanan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *platform Shopee*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Rating* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. secara simultan *Customer Rating* dan Kualitas Layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel yang diteliti, penggunaan kuesioner yang berpotensi subjektif, serta fokus hanya pada *platform Shopee*. Oleh karena itu, disarankan bagi pihak *marketplace* dan penjual untuk terus meningkatkan kualitas layanan serta memanfaatkan *customer rating* sebagai evaluasi, sementara penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain agar hasil penelitian lebih komprehensif.

## SUMMARY

*This study aims to analyze the influence of Customer Rating and Service Quality on Purchase Decisions among Shopee users, particularly students of the Management Study Program at Nahdlatul Ulama Al Ghazali University, Cilacap. The background of this research is based on the rapid growth of e-commerce, which has significantly changed consumer behavior in online shopping. Consumers increasingly rely on digital information such as customer ratings and service quality to reduce uncertainty in online transactions. Therefore, it is important to understand the extent to which these two factors influence consumer purchasing decisions, especially among students who actively use online marketplaces.*

*This study uses a quantitative method with an explanatory research approach. Data were collected through questionnaires, observation, and literature review, with a population of 322 Management Study Program students at UNUGHA Cilacap and a sample of 76 respondents determined using the Slovin formula. Data analysis was conducted to examine the partial and simultaneous effects of Customer Rating and Service Quality on consumer purchasing decisions on the Shopee platform.*

*The results show that Customer Rating partially does not have a significant effect on purchasing decisions, while Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. However, simultaneously, Customer Rating and Service Quality are proven to have a significant effect on consumer purchasing decisions. This study has limitations regarding the variables examined, the use of questionnaires that may involve subjective bias, and the focus solely on the Shopee platform. Therefore, it is recommended that marketplaces and sellers continuously improve service quality and utilize customer ratings as an evaluation tool, while future research is expected to include additional variables to obtain more comprehensive results.*

## DAFTAR ISI

|                                                |       |
|------------------------------------------------|-------|
| NOTA KONSULTAN .....                           | iv    |
| NOTA PEMBIMBING .....                          | v     |
| PERNYATAAN KEASLIAN .....                      | vii   |
| MOTTO .....                                    | viii  |
| PERSEMBAHAN .....                              | ix    |
| KATA PENGANTAR.....                            | x     |
| RINGKASAN .....                                | xi    |
| SUMMARY .....                                  | xii   |
| DAFTAR ISI .....                               | xiii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                          | xviii |
| BAB I.....                                     | 1     |
| PENDAHULUAN.....                               | 1     |
| A.    Latar Belakang Masalah .....             | 1     |
| B.    Rumusan Masalah.....                     | 5     |
| C.    Tujuan Penelitian .....                  | 5     |
| D.    Ruang Lingkup Penelitian.....            | 6     |
| E.    Manfaat Penelitian .....                 | 6     |
| BAB II .....                                   | 8     |
| TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 8     |
| A.    Telaah Pustaka .....                     | 8     |
| 1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....     | 8     |
| 2.    Customer Rating .....                    | 9     |
| 3.    Kualitas Layanan .....                   | 15    |
| 4.    Keputusan Pembelian.....                 | 24    |
| B.    Tinjauan Pustaka.....                    | 34    |
| C.    Kerangka Berfikir .....                  | 36    |
| BAB III.....                                   | 38    |
| METODE PENELITIAN .....                        | 38    |

|                            |                                                                                                                        |    |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A.                         | Desain Penelitian .....                                                                                                | 38 |
| 1.                         | Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                                                                      | 38 |
| 2.                         | Jenis dan Sumber Data .....                                                                                            | 39 |
| 3.                         | Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                          | 40 |
| 4.                         | Populasi dan Sampel .....                                                                                              | 41 |
| 5.                         | Instrumen Penelitian .....                                                                                             | 44 |
| B.                         | Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....                                                                     | 44 |
| 1.                         | Definisi Konseptual .....                                                                                              | 44 |
| 2.                         | Definisi Operasional variabel .....                                                                                    | 45 |
| C.                         | Teknik Analisis Data .....                                                                                             | 47 |
| 1.                         | Uji Instrumen .....                                                                                                    | 47 |
| 2.                         | Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                | 48 |
| 3.                         | Uji Hipotesis .....                                                                                                    | 50 |
| BAB IV .....               |                                                                                                                        | 53 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                                                                        | 53 |
| A.                         | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                                   | 53 |
| B.                         | Deskripsi Responden .....                                                                                              | 56 |
| C.                         | Hasil Penelitian .....                                                                                                 | 63 |
| 1.                         | Uji Instrumen .....                                                                                                    | 63 |
| 2.                         | Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                | 67 |
| 3.                         | Uji Hipotesis .....                                                                                                    | 70 |
| D.                         | Pembahasan .....                                                                                                       | 75 |
| 1.                         | Customer Rating berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee .....                                      | 75 |
| 2.                         | Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee .....                                     | 76 |
| 3.                         | Customer Rating dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee ..... | 77 |
| BAB V .....                |                                                                                                                        | 79 |
| SIMPULAN DAN SARAN .....   |                                                                                                                        | 79 |
| A.                         | Kesimpulan .....                                                                                                       | 79 |
| B.                         | Keterbatasan .....                                                                                                     | 80 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| C.      Saran .....  | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 83 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....                                     | 56 |
| Tabel 4. 2 Usia Responden.....                                               | 57 |
| Tabel 4. 3 Frekuensi berbelanja di Shopee .....                              | 58 |
| Tabel 4. 4 Tujuan Utama Responden Menggunakan Shopee .....                   | 59 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Rating</i> (X1) .....    | 64 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2) .....          | 64 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....        | 65 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Rating</i> (X1) ..... | 66 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2) .....          | 66 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....       | 66 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas <i>KolmogorovSmirnov</i> .....              | 67 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolineritas .....                                 | 68 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....                                   | 69 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....                 | 70 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual.....                   | 72 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan .....                            | 74 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R2</i> ) .....     | 75 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 1 Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali.....     | 53 |
| Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....                   | 56 |
| Gambar 4. 3 Usia Responden.....                             | 57 |
| Gambar 4. 4 Frekuensi berbelanja di Shopee .....            | 58 |
| Gambar 4. 5 Tujuan Utama Responden Menggunakan Shopee ..... | 59 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 83  |
| Lampiran 2 Jawaban Responden.....    | 86  |
| Lampiran 3 Jawaban Responden.....    | 93  |
| Lampiran 4 Hasil Uji SPSS.....       | 97  |
| Lampiran 5 Tabel R Validitas .....   | 101 |
| Lampiran 6 Hasil Plagiasi.....       | 102 |
| Lampiran 7 Biodata Penulis.....      | 104 |