

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

Disusun oleh ;

HARYATI RUHMANA

21612010008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
PALEMBANG**

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata 1 (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Sumatera Selatan



UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN

Disusun oleh ;

HARYATI RUHMANA

21612010008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN

PALEMBANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA**

E-COMMERCE SHOPEE

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Sumatera Selatan)**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan.

NAMA : HARYATI RUHMANA

NIM : 21612010008

Skripsi ini telah disetujui dan di sahkan pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Juli 2025

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan



Rabin Ibnu Zainal S.E., M.Sc., Ph.D
NUPTK. 4247755656130133

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan program Gratis Ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform e-commerce Shopee. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia, di mana Shopee muncul sebagai platform paling populer di kalangan pengguna. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan yang telah melakukan pembelian di Shopee setidaknya tiga kali dalam enam bulan terakhir. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 82 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan Gratis Ongkir masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa citra merek yang kuat, ulasan pelanggan yang relevan, serta promosi pengiriman gratis memainkan peran penting dalam membentuk minat dan perilaku pembelian konsumen di Shopee. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perusahaan *e-commerce* dalam merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif, serta memberikan kontribusi akademik untuk penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumen digital.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Online Customer Review*, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian, Shopee

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Online Customer Reviews, and Free Shipping programs on consumers' purchase decisions on the Shopee e-commerce platform. The background of this research is rooted in the rapid growth of e-commerce in Indonesia, with Shopee emerging as the most popular platform among users. The research focuses on students from the Faculty of Economics at Universitas Sumatera Selatan who have made purchases on Shopee at least three times within the past six months. This study adopts a quantitative approach with a descriptive method. Primary data were collected through questionnaires distributed to 82 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS software. The results indicate that the three independent variables—Brand Image, Online Customer Review, and Free Shipping—each have a positive and significant influence on purchase decisions, both partially and simultaneously. These findings suggest that a strong brand image, relevant customer reviews, and free shipping promotions play a critical role in shaping consumer interest and purchase behavior on Shopee. This study provides practical implications for e-commerce companies in formulating effective digital marketing strategies and offers academic insights for future research related to digital consumer behavior. jadikan bahasa indonesia

Keywords: Brand Image, Online Customer Review, Free Shipping, Purchase Decision, Shopee