

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB HAMIDAH DI SHOPEE



Diajukan oleh :

Nur Eli Zayati
NIM: 2024020038R

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JILBAB HAMIDAH DI SHOPEE**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan oleh :

Nur Eli Zayati
NIM: 2024020038R

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB
HAMIDAH DI SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan oleh :
Nur Eli Zayati
NIM: 2024020038R

Skripsi telah disetujui untuk diujikan
Pada Tanggal 7 Juli 2026

Oleh :

Pembimbing I



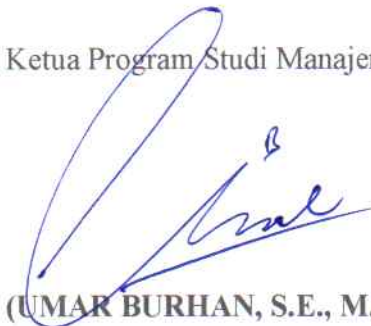
(Dr. SUHARTO, M.M.)
NUPTK. 1254736637130043

Pembimbing II



(RACHMAD ILHAM, S.Ant., M.PSDM.)
NUPTK. 2055770671130303

Ketua Program Studi Manajemen



(UMAR BURHAN, S.E., M.M.)
NUPTK. 6850758659130132

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Penilaian Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Hamidah di Shopee**

Nama Mahasiswa : Nur Eli Zayati

NIM : 2024020038R

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : 07 Juli 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
TA 2025/2026

TIM PENGUJI:

Dr. Suharto, M.M.
NUPTK: 1254736637130043
Ketua

Mochamad Syafii, SE., MM.
NUPTK. 2055770671130303
Anggota I

Umar Burhan S.E. M.M
NUPTK: 6850758659130132
Anggota II

1.
2.
3.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Rachmad Nham, S. Ant, M.PSDM., HC
NUPTK. 2055770671130303

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI/TESIS*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Eli Zayati
Tempat/tanggal lahir : Lamongan, 04 Juni 1995
NIM : 2024020038R
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi/tesis yang saya buat dengan judul :

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Penilaian Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Hamidah di Shopee.

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dan tenakan dari pihak manapun.

Gresik, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Nur Eli Zayati)

*Note : * (skripsi/tesis hapus salah satu)*

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB HAMIDAH DI SHOPEE

Nur Eli Zayati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan membuktikan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian Jilbab Hamidah secara *online* di Shopee pada siswi SMP Negeri 1 Karanggeneng. Penelitian ini penting dilakukan karena keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya kualitas produk, persepsi harga, dan ulasan produk yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian secara *online*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 96 responden dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan ulasan produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Jilbab Hamidah di Shopee. Temuan penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen, serta pengelolaan ulasan produk yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penjual Jilbab Hamidah sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian pada platform *e-commerce*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Penilaian Produk, Keputusan Pembelian.

THE INFLUENCE OF *PRODUCT* QUALITY, *PRICE* PERCEPTION, AND *PRODUCT* RATINGS ON THE PURCHASE DECISION OF HAMIDAH HIJABS ON SHOPEE

Nur Eli Zayati

Management Study Program, Faculty Of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This study aims to examine and prove the influence of product quality, price perception, and online customer reviews on the purchase decisions of Hamidah hijabs through the Shopee marketplace among female students of SMP Negeri 1 Karanggeneng. This study is important because consumers' purchase decisions are influenced by various factors, particularly product quality, price perception, and online customer reviews, which are considered before making an online purchase. This study employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis. The sample consisted of 96 respondents selected through the purposive sampling technique, while the data were collected by distributing questionnaires using a Likert scale. The results indicate that product quality, price perception, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchase decisions, both partially and simultaneously. These findings highlight the importance of improving product quality, setting prices that match consumers' perceptions, and effectively managing online customer reviews to enhance purchase decisions. This study is expected to provide valuable insights for Hamidah hijab sellers in developing more effective marketing strategies and to serve as a reference for future studies related to purchase decisions in the e-commerce sector.

Keywords : *Product Quality, Price Perception, Product Review, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan BimbinganNya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “***Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Penilaian Produk terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Hamidah di Shopee***” dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan ini perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.ANT. M.PSDM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik dan Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen dan dosen Penguji Kedua yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, saran dan perbaikan serta motivasi kepada kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
4. Bapak Dr. Suharto, M.M. selaku dosen pembimbing kesatu, yang juga selalu memberikan motivasi, dorongan dan bimbingan dalam menyelesaikan Proposal skripsi ini.

5. Bapak Mochammad Syafii, S.E., M.M sebagai Dosen Penguji Kesatu yang telah memberikan saran dan perbaikan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini
6. Penyemangat hidup saya yaitu suami dan anak saya yang tiada henti hentinya mencurahkan kasih sayang dan doa serta memberikan motivasi dukungan material dan spiritual selama menempuh pendidikan.
7. Kedua orang tua saya, saudara, rekan sejawat yang selalu menemani dalam dalam susah dan senang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kami sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 07 Juli 2026

Nur Eli Zayati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Teoritis/Akademis	9
1.5.2 Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	11
2.1.5 Kualitas Produk.....	15
2.1.6 Persepsi Harga	18
2.1.7 Ulasan Produk.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3	Kerangka Konseptual	27
2.4	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	31
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3	Indikator Variabel Penelitian	33
3.3.1	Variabel Bebas (Independen)	33
3.3.2	Variabel Terikat (Dependen)	33
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel	34
3.4.3	Teknik Pengumpulan Sampel	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1	Jenis Data.....	35
3.5.2	Sumber Data	35
3.6	Metode Analisis Data.....	36
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	36
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	37
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6.5	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum SMP Negeri 1 Karanggeneng	45
4.1.1	Visi	47
4.1.2	Misi	47
4.1.3	10 Seksi Bidang (Sekbid)	47
4.2	Waktu Penelitian.....	49
4.3	Hasil Penelitian.....	50
4.3.1	Statistik Deskriptif	50
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3	Analisis Regresi Berganda.....	69

4.3.4	Uji Hipotesis	70
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi	72
4.4	Pembahasan dan Hasil Penelitian	73
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.4.3	Pengaruh Penilaian Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.4	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk secara Simultan	76
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Implikasi Penelitian	79
5.2.1	Teoritis	79
5.2.2	Praktis	80
5.3	Keterbatasan Penelitian	80
5.4	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jilbab Hamidah di Shopee.....	3
Gambar 1.2 Ulasan Produk Positif.....	4
Gambar 1.3 Ulasan Produk Negatif	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi OSIS SMPN 1 Karanggeneng.....	48
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.3 Grafik Normalitas P-P Plot Uji Normalitas.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Sekolah	51
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Kelas	51
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Kualitas Produk (X1)	54
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Persepsi Harga (X2)	56
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Penilaian Produk (X3)	57
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Presepsi Harga	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Penilaian Produk	68
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Berganda	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (<i>t-Test</i>)	71
Tabel 4.21 Hasil Uji F	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Kegiatan Penelitian.....	90
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 3 : Data Responden Penelitian.....	95
Lampiran 4 : Tabulasi Data	100
Lampiran 5 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif	103
Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.....	110
Lampiran 7 : Tabel r	111
Lampiran 8 : Tabel Durbin-Watson, $\alpha = 5\%$, $k = 3$	112
Lampiran 9 : Tabel Nilai t	113
Lampiran 10 : Tabel Nilai F	114
Lampiran 11 : Foto Siswa SMP Negeri 1 Karanggeneng menggunakan Jilbab Hamidah	115