

ABSTRAK

NADIA MUTHMAINNAH. 2026. *Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Wardah Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Moh. Aris Pasigai dan Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh customer review dan customer rating terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah melalui marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik Wardah melalui marketplace Shopee. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Customer rating juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan, customer review dan customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa customer review dan customer rating mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik customer review dan semakin tinggi customer rating, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah melalui marketplace Shopee pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kata Kunci: Customer Review, Customer Rating, Keputusan Pembelian