

**PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN TESTIMONI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
OLSHOP BBY.RORA DI DABO SINGKEP
KABUPATEN LINGGA**

**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



RISMA

2204020081

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma
NIM : 2204020081
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Online dan Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Olshop Bby.rora di Dabo Singkep Kabupaten Lingga

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dr. Rafky RS. SE., MM
NIP. 197609252021211003

Dosen Pembimbing II

Roni Kurniawan. M.Si
NIP. 197710032021211001

Panitia Penguji,

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Kiki Wulandari, SE, MM</u> NIP. 199201212019032018	Ketua Penguji		28/1/26
2. <u>H. Catri Jintar, SE., M.Si</u> NIP. 196210191993101002	Penguji II		28/1/26
3. <u>Agriend. S. Putra, SE., ME</u> NIP. 198906092022031005	Penguji III		28/1/26
4. <u>Dr. Rafky RS. SE., MM</u> NIP. 197609252021211003	Penguji IV		28/1/26
5. <u>Roni Kurniawan, M.Si</u> NIP. 197710032021211001	Penguji V		28/1/26

Tanggal lulus, 28 Januari 2026

Mengetahui,



Ketua Jurusan Manajemen Bisnis


Risdv Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Risma
NIM : 2204020081
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Online dan Testimoni
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Olshop Bby.rora di Dabo Singkep Kabupaten
Lingga

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 9 Januari 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Rafky RS. SE., MM
NIP. 197609252021211003


Roni Kurniawan. M.Si
NIP. 197710032021211001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tivasiningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma
NIM : 2204020081
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Online dan Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Olshop Bby.rora di Dabo Singkep Kabupaten Lingga

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja

Ali Haji

Tanjungpinang, 18 Januari 2026



NIM. 2204020081

MOTTO

Lillahi Ta'ala:

Aku tidak akan menyerah,

karena Allah tidak pernah memberiku beban di luar batas kemampuanku."

(QS. Al-Baqarah: 286)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahillāhi rabbil ‘ālamīn, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhānahu wa Ta‘ālā atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Online dan Testimoni Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Olshop Bby.rora di Dabo Singkep, Kabupaten Lingga” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH).

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai hambatan dan tantangan, baik dalam pengumpulan data, analisis, maupun penyusunan laporan penelitian. Namun, berkat bimbingan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA, selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, S.E., M.S.i, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, sebagai koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Dosen Pembimbing I Bapak Dr.Rafki RS, S.E., M.M, dan dosen pembimbing II Bapak Roni Kurniawan,M.Si yang telah memberikan arahan, masukan, serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.
5. Terima kasih sedalam-dalamnya penulis haturkan kepada Ibunda tercinta, Tariah saidina, sosok hebat yang doanya menjadi nafas bagi keberhasilan penulis. Terima kasih atas cinta tanpa syarat dan pengorbanan yang tak terhitung jumlahnya.
6. Terima kasih pula penulis sampaikan kepada Abang, Kakak dan Adik tersayang, Veri Firmansyah, Dian Syahendri, Eki Putra, Neni Ariyani, Marisa, Sulastri beserta adik tersayang Siti Aisyah yang selalu menjadi pendukung utama, tempat bertukar pikiran, dan penyemangat saat penulis mulai merasa lelah. Keberadaan kalian adalah sumber kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk keluarga kita tercinta.
7. Kepada teman-teman seperjuangan, terutama it'five, terima kasih atas segala bantuan ajaib kalian. Dari pinjaman catatan, diskusi tugas yang tak berujung, hingga ajakan healing saat otak sudah mulai berasap karena skripsi. Terima kasih telah mewarnai masa kuliah ini dengan cerita-cerita konyol yang tidak akan terlupakan. Kita akhirnya sampai di titik ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penyajian maupun isi, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran digital dan bagi pelaku usaha mikro di Indonesia.



Tanjungpinang, 18 Januari 2026



Risma

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pembatasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Grand Theory	10

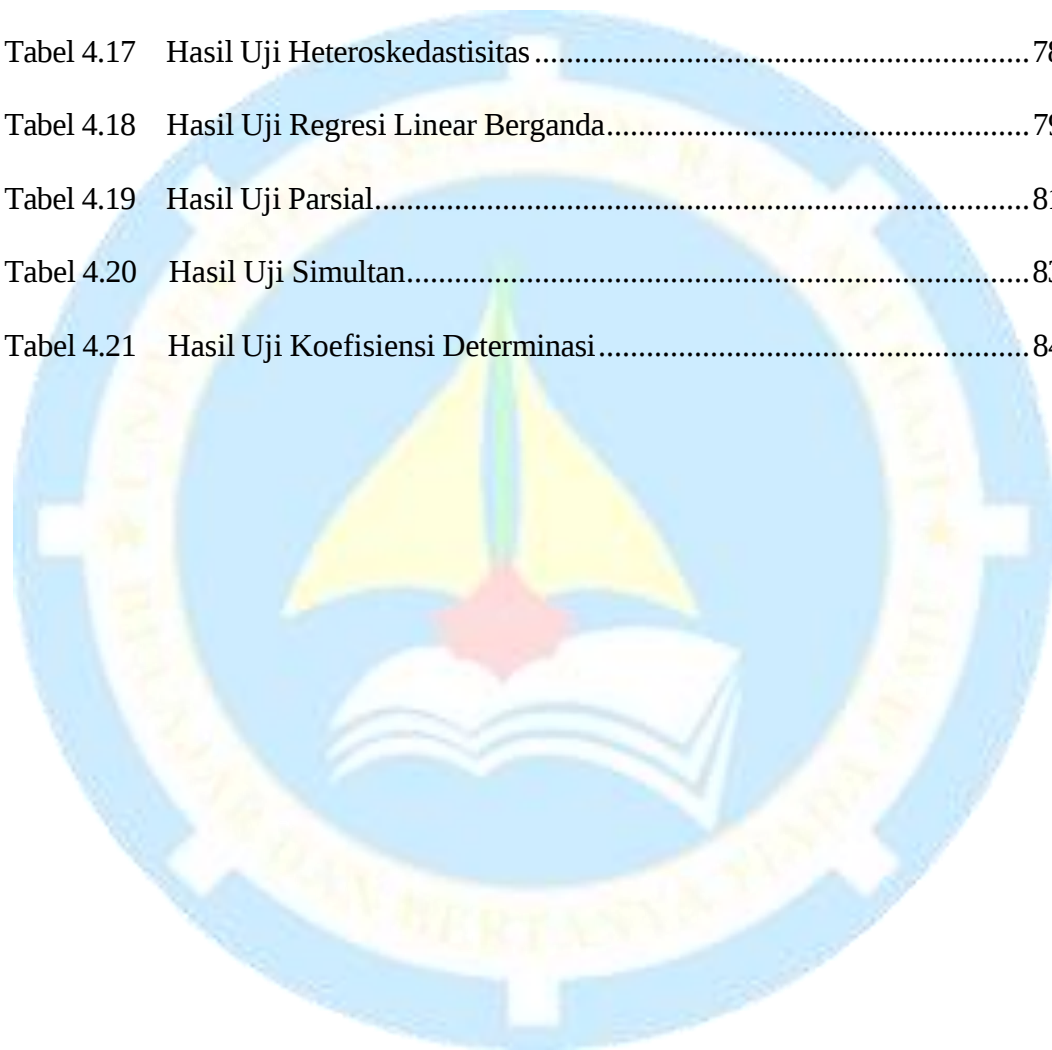
2.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen.....	12
2.1.3 Promosi Online	17
2.1.4 Testimoni Konsumen	21
2.2 Review Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.4.1 Pengaruh Promosi Online (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).29	
2.4.2 Pengaruh Testimoni Konsumen (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	29
2.4.3 Pengaruh Promosi Online (X1), Testimoni Konsumen (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y)	30
2.5 Hipotesis	32
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian.	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	41
3.3.1 Variabel Dependen.....	42
3.3.1 Variabel Independen	42
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampel	45
3.4.1 Populasi Penelitian	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	47
3.4.4 Prosedur Pengumpulan Data	49
3.5 Teknis Analisis Data	51
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	52
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	52
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda	56
3.5.5 Uji Hipotesis	56
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN.....	60

4.1	Deskriptif Unit Analisis/Observasi	60
4.1.1	Gambaran Umum Olshop	60
4.1.2	Gambaran Umum Responden	61
4.2.	Deskriptif Karakteristik Responden.....	61
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernyataan Pembelian	64
4.3	Deskripsi Tanggapan Responden	65
4.3.2	Deskripsi Variabel Testimoni Konsumen (X2)	67
4.3.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan	69
4.4.1	Teknik Analisis Data	69
4.4.2	Hasil Uji Validitas	70
4.4.3	Hasil Uji Reliabilitas	73
4.4.4	Uji Asumsi Klasik	75
4.4.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	79
4.4.6	Uji Hipotesis.....	80
4.4.7	Pembahasan Hipotesis	85
BAB V		92
KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		1
RIWAYAT HIDUP		18

DAFTAR TABEL

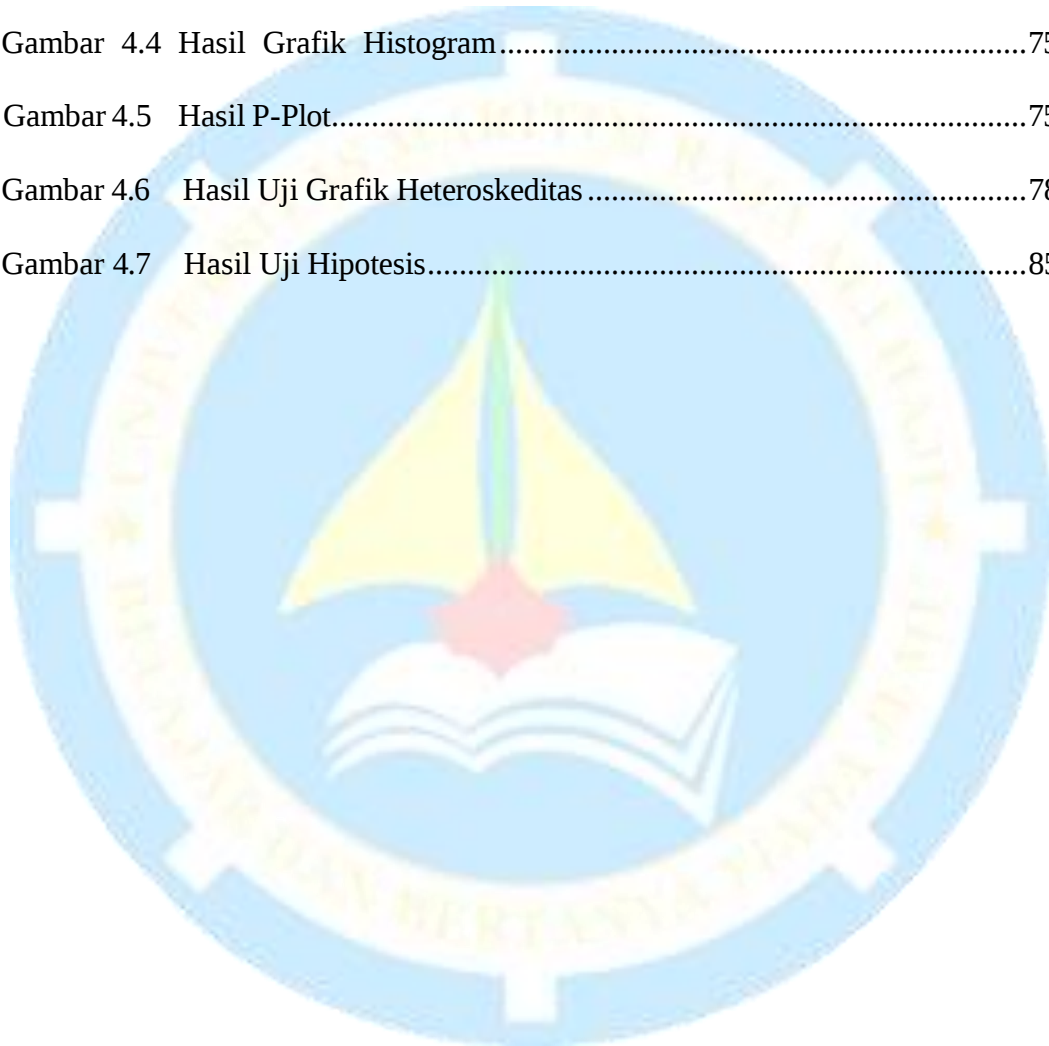
Tabel 1.1	Distribusi Pembelian Berdasarkan Media Sosial.....	4
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3.2	Data Pembelian pada olshop Bby.rora	46
Tabel 3.3	Skala Likert.....	49
Tabel 4.1	Distribusi Penelitian.....	62
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Promosi Online.....	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Testimoni Konsumen.....	67
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.8	Hasil Uji Deskriptif.....	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Promosi Online.....	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Testimoni Konsumen.....	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	72

Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas Promos Online	73
Tabel 4.13	Hasil Uji Realibilitas Testimoni Konsumen.....	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.15	Hasil Uji Sampel Kolmogorov-smirnov	76
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial.....	81
Tabel 4.20	Hasil Uji Simultan.....	83
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1	Grafik Pie Chart Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.2	Grafik Pie Chart Usia.....	63
Gambar 4.3	Grafik Pie Chart Pernah Berbelanja.....	65
Gambar 4.4	Hasil Grafik Histogram.....	75
Gambar 4.5	Hasil P-Plot.....	75
Gambar 4.6	Hasil Uji Grafik Heteroskedastis	78
Gambar 4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner.....	1
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	4
Lampiran 3 Data Pembelian pada Olshop Bby.rora	14
Lampiran 4 Postingan Olshop Bby.rora	15
Lampiran 5 Pomosi Online dan Testimoni Konsumen.....	16
Lampiran 6 Bukti Penyebaran Kuesioner	17

