PENGARUH RATING BINTANG 5 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWI PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

SKRIPSI

OLEH
YASINTA
NIM F1032221014

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

PENGARUH RATING BINTANG 5 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWI PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi

OLEH
YASINTA
NIM F1032221014

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

PENGARUH RATING BINTANG 5 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWI PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

PENGARUH RATING BINTANG 5 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWI PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

YASINTA
NIM F1032221014

Disetujui

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Dr. Okianna M.Si	Edy Gustriansyah M. Pd
NIP. 196210231990001	NIP. 199208272024061001

Disahkan
Dekan

H. Ahmad Yani T, M. Pd
NIP. 196604011991021001

Dipindai dengan CamScanner

PENGARUH RATING BINTANG 5 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWI PRODI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

YASINTA
NIM F1032221014

Disetujui

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Dr. Okianna M.Si	Edy Gustriansyah M. Pd
NIP. 196210231990001	NIP. 199208272024061001

Penguji I	Penguji II
Dr. Achmadi M, Si	Rachmad Agung Prayogi, M.Pd
NIP.196611271992031001	NIP. 199609182024061002

Mengetahui
Ketua Program Studi

Heni Kuswanti, M.Pd
NIP.199008152019032018

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yasinta

NIM : F1032221014

Jurusan : Pendidikan ilmu-ilmu Sosial/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar tulisan saya sendiri, bukan merupakan pengambila alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri.

Apabila nanti terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah pemalsuan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pontianak, 5 Maret 2026

Yang membuat pernyataan,



Yasinta

F1032221014

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) rating bintang 5 produk kosmetik Hanasui, 2) keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui, 3) rating 5 yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui. Bentuk penelitian ini adalah penelitian studi korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Populasinnya adalah mahasiswi pendidikan ekonomi FKIP Untan yang menggunakan produk hanasui. Didapatkan sampel sebanyak 50 mahasiswi dengan teknik *sampling jenuh.* Metode pengumpulan data menggunakan angket dengan menggunakan *google form* yang kemudian dianalisa dengan teknik analisis linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan: 1) rating bintang 5 produk hanasui kategori sangat tinggi dengan persentase 8 7%, 2) keputusan pembelian produk hanasui kategori sangat tinggi dengan persentase 86%, dan 3) Rating bintang 5 memberikan pengaruh pada keputusan pembelian sebesar 0,640 yang artinya rating bintang 5 berdampak terhadap keputusan pembelian Mahasiswi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan sebesar 64%. Berdasarkan hasil SPSS didapatkan nilai sig = 0,000 < 0,05 dengan ini H_0 ditolak dan Ha diterima yang artinya "Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Rating Bintang 5 terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui pada Mahasiswi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan".

Kata kunci: Rating Bintang 5, Keputusan Pembelian, Hanasui

MOTTO

رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan lindungilah kami dari azab neraka.”

(Doa Sapu Jagad)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Q.S Ar Rum : 60)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR. Muslim)

“Masa depanmu bergantung pada imajinasimu, buanglah ketakutanmu, kita bisa melakukannya, semua akan baik baik saja.”

(Power -EXO)

“Mungkin kita akan terpuruk dan jatuh lagi. Namun, meskipun itu terjadi, jangan pernah menyerah."

(The Heirs)

PERSEMBAHAN

بِسْـــــــــــمِ أَللَهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Alhamdulillahirabbil'alamin.

Puji syukur senantiasa tercurahkan kepada Allah subhanahu wata'ala yang telah memberikan karunia, nikmat sehat, ilmu, rezeki, hidayah, dan kemudahan-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad Shalallaahu Alaihi Wassalaam beserta keluarga dan para sahabat.

Kupersembahkan Karya Ini Untuk:

Terima kasih untuk diri ku sendiri sudah berhasil menghadapi dunia perkuliahan yang penuh akan rintangan, rasa takut, keraguan, dan berbagai hal yang dihadapi happy, nangis, demam, ovt meski sering merasa lelah dan ingin menyerah terimakasih sudah bertahan sejauh ini untuk segala hal yang dilewati semoga Allah SWT, memberikan hadiah Nya yang sangat tidak diduga di kemudian hari. Terima kasih sudah tetap percaya akan diri sendiri terus maju dan sudah berani mewujudkan mimpi yang sudah lama diperjuangkan dengan sepenuh hati. Selamat untuk ku YASINTA sudah sangat sangat lapang dada akan hal yang menyakitkan atau hal hal yang menyenangkan didalam kisah ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan selalu kesehatan, kemudahan, dan kebaikan atas segala jerih payah yang telah dilalui dan untuk mimpi mimpi yang selalu di doa kan semoga menjadi kenyataan di kemudian hari.

Dan kepada kedua orang tua ku tercinta terima kasih sudah memberikan kepercayaan yang sangat besar terhadap ku dan selalu yakin akan keberhasilan ku terima kasih untuk setiap waktu yang kalian sempatkan untukku untuk setiap perjuangan kalian yang sangat sangat tidak bisa diukur dengan apapun itu. Untuk kedua malaikat pelindung ku yang selalu ada dikala aku susah senang apapun itu terimakasih untuk kalian Ayahanda Jaka Wiri dan Ibunda Muryati yang telah menjadi saksi terhadap perjalanan ku sudah sangat banyak kasih sayang yang kalian berikan sehingga aku menjadi pribadi yang sangat positif. Setiap langkah yang kujalani selalu ada doa kalian yang menyertaiku sungguh besar harapan ku untuk selalu melihat kalian bahagia bertaburan cinta dan kasih. Terima kasih telah sangat sabar dalam membesarkan ku dan mendidik ku menjadi lebih baik lagi, lewat kata kata tindakan kalian sangat berarti untuk ku. Semoga kalian selalu hadir di semua kisah dan perjalanan ku yang masih sangat panjang ini. I love u more than anything.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahi Rabbil Alamin segala puji serta syukur penulis ucapkan kepada Allah *SWT*, atas rahmat, hidayah, dan kemudahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Rating Bintang 5 Terhadap Keputusan Pembeliaan Produk Kosmetik Hanasui Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN".**

Skripsi ini dibuat dan disusun untuk memperoleh gelar S.Pd pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak. Untuk itu, penulis juga menyampaikan terimakasih dengan segala ketulusan dan rendah hati terhadap pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang dengan tulus membantu, membimbing, dan mendorong proses penyusunan skripsi ini, dan maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Nuraini Asrianti, M.Si selaku Dosen pembimbing satu yang telah banyak membantu dalam mengarahkan penulis terkait penulisan desain penelitian ini.
2. Ibu Dr. Okianna, M. Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan desain penelitian ini.
3. Ibu Heni Kuswanti, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.

4. Bapak Dr. Ahmad Yani T., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Dr. Imran, M.Kes., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta Staf Administrasi Akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Kedua orang tua, yang telah memberikan dukungan secara moral, material dan telah memberikan saran saran dikala penulis merasa berada dititik akhir dan selalu memberikan motivasi yang sangat membangun serta selalu mengutamakan penulis dari apapun itu. MAKKASIH BANYAK SAYANG KU PAPA MAMA LOVE U SEHAT SELALU YA SELALU HADIR YA DI SETIAP PERJALANAN KU DAN TUNGGU KU SUKSES YA.
8. Keluarga besar tercinta yang memberikan dukungan lewat doa dan selalu memberikan kepercayaan terhadap penulis dan selalu memberikan saran serta motivasi tanpa henti yang membuat penulis selalu percaya diri dengan apa yang sedang dilakukan.
9. Teman teman SKR ku Efriliana, Wanda Agnestasia, dan Dresia Mira yang telah menemani penulis di masa masa perkuliahan yang sangat berkesan ini banyak nya rintangan yang telah kita lewati sama sama dan selalu saling mendukung satu sama lain setiap tawa tangis yang pernah kita lewati bersama akan selalu menjadi kenangan yang selalu penulis ingat dan buat sahabat sahabat tercinta ku makkasih banyak ya atas saran kritik serta motivasi yang telah kalian berikan dan tidak pernah menggangap rendah penulis selalu membuat penulis

percaya diri akan hal yang dihadapi. Semoga apapun yang pernah kita doakan bersama dan selalu ucapkan dan pernah kita cita citakan bersama tercapai ya sayang sayang ku love u skr ku selalu menjadi orang yang sama ya di pertama kali kita saling menggenal.

10. Teman teman Curhat Dong Mah Squad ku Alia, Risa, Urek, Sipa, Rara, dan Frety yang telah menemani masa masa smp penulis yang sudah memberikan warna terhadap kehidupan sekolah menengah penulis makkasih ya gaisss love u very much tetap sering sering ngumpul ya di kala sibuk kalian dan selalu kaitan penulis di setiap perjalanan hidup kalian ya. Sukses selalu di mana pun kalian berada ya gaiss.
11. Teman teman masa sma ku Gobarrr maaf ya kalo ku banyak salah ke kalian renggang nya kita selalu jadi pertanyaan ku apakah aku yang salah atau apapun itu tapi makkasih ya selalu jadi benteng pelindung ku di masa masa sulit itu sampai kapanpun tidak pernah penulis lupakan seseru itu kita dulu sebahagia itu kita, maaf sekali lagi ya atas hal hal yang pernah kulakukan kekalian sedikit pun tidak pernah terlintas di pikiran ku untuk tidak lagi berteman tapi dimanapun kalian berada doa ku selalu menyertai kalian sayang sayang ku sukses selalu ya sahabat sahabat ku.
12. Dan kepada sahabat lucu ku yang kutemui secara tidak sengaja di magang kita dan perjalalan pertemanan kita yang masih sangat muda belum genap setahun, makkasih banyak banyak ya udah selalu mendengarkan cerita ku selalu memberikan saran kritik motivasi yang membangun terhadap penulis. Nangis

nangis yang pernah kita lewati bersama semoga kedepan nya menjadi salah satu hal indah yang akan membawa kita di kebahagian.

13. Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT dan d

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari berbagai kekurangan. Penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran demi perbaikan dan penyempurnaan, sehingga skripsi ini pada akhirnya bermanfaat bagi dunia pendidikan serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

Pontianak, 5 Maret 2026

Penulis,

Yasinta

F1032221014

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
BAB I 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
1. Manfaat Teoritis 6
2. Manfaat Praktis 6
E. Ruang Lingkup dan Definisi Operasional 7
1. Ruang lingkup penelitian 7
2. Definisi operasional 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA 10
A. Kajian Teori 10
1. Rating bintang 5 10
2. Keputusan Pembelian 13
B. Kerangka Berpikir 18
C. Hipotesis Penelitian 18
D. Penelitian Terdahulu 19
BAB III METODE PENELITIAN 22
A. Desain penelitian 22
1. Subjek penelitian 22
2. Lokasi penelitian 23
3. Waktu penelitian 23
B. Populasi dan Sampel 23
1. Populasi 23
2. Sampel 24
C. Alat pengumpul data 25
D. Rencana Analisis Data 26
1. Uji coba instrumen 26

2. Analisis deskriptif 31
3. Uji regresi linear sederhana 32
4. Uji Hipotesis 33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
A. Hasil Penelitian 36
1. Deskripsi Variabel (X) Rating Bintang 5 36
2. Deskripsi Variabel (Y) Keputusan Pembelian 37
3. Uji Normalitas 38
4. Uji Linearitas 38
5. Uji Regresi Linear Sederhana 39
6. Pengujian Hipotesis 44
7. Koefisien determinasi (Uji R) 45
B. Pembahasan 46
1. Rating Bintang 5 46
2. Keputusan pembelian 49
BAB V PENUTUP 54
A. Kesimpulan 54
B. Saran 55
1. Untuk mahasiswa 55
2. Untuk perusahaan 55
DAFTAR PUSTAKA 56
LAMPIRAN 59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Penelitian..... 20
Tabel 3. 1 Data Olahan Peneliti 24
Tabel 3. 2 Skor Alternatif Jawaban 25
Tabel 3. 3 Validitas Rating Bintang 5..... 27
Tabel 3. 4 Validitas Keputusan Pembelian 28
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas X 30
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Y 31
Tabel 3. 7 Skor Alternatif Jawaban 31
Tabel 3. 8 Interval Koefisien 2019..... 32
Tabel 4. 1 Deskriptif Rating Bintang 5 36
Tabel 4. 2 Deskriptif Keputusan Pembelian 37
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas 38
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas..... 39
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden..... 40
Tabel 4. 6 Hasil Coefficients Uji Linearitas Sederhana 42
Tabel 4. 7 Koefisien Korelasi 43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Linearitas Sederhana 43
Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi..... 45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-Kisi Angket 59

Lampiran 2. Pengantar Angket 62

Lampiran 3. Angket Penelitian 63

Lampiran 4. Pertanyaan Angket 64

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel (X)..... 70

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel (Y)..... 71

Lampiran 7. R Tabel..... 72

Lampiran 8. T Tabel..... 73

Lampiran 9. Hasil Validitas..... 74

Lampiran 10. Hasil Reliabilitas 76

Lampiran 11. Analisis Deskriptif Persentase Variabel X dan Y 77

Lampiran 12. Pengajuan Asumsi Dasar 79

Lampiran 13. Surat Pra-Riset 81

Lampiran 14. Surat Pembimbing Skripsi 82

Lampiran 15. Angket Pra-Riset 83

Lampiran 16. Angket Penelitian 84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir X Terhadap Y 15

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital yang semakin berkembang ini, belanja *online* telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Menurut laporan dari Statista, pasar *e-commerce* Indonesia diperkirakan meningkat dari $32 miliar pada tahun 2021 menjadi $53 miliar pada tahun 2025.

Menurut (Orinaldi, 2020) *E-commerce* memberikan kemudahan karena tidak perlu datang langsung ke toko *offline*, sehingga tidak memerlukan banyak biaya operasional hanya untuk berbelanja keberadaan *e-commerce* dapat menghemat waktu konsumen dengan beralih ke belanja *online*.

Shopee adalah salah satu *platform e-commerce* yang terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan. Sejak diluncurkan pada tahun 2015, Shopee telah menyesuaikan layanannya untuk setiap wilayah, memberikan konsumen pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat, didukung oleh sistem pembayaran dan logistik yang profesional. Dengan lebih dari 100 juta unduhan di Google Play Store dan App store, tidak hanya menawarkan kenyamanan berbelanja tetapi juga mengubah cara konsumen mengevaluasi produk. Ada beberapa fitur dari e-commerce Shopee yang menjadi sorotan pada penelitian ini yaitu ulasan online yang mengacu pada penilaian Rating Bintang 5.

Menurut (Sitorus & Simanjuntak, 2024) Ulasan online telah menjadi salah satu komponen penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen terutama pada e-commerce, saat ini konsumen cenderung mencari informasi pada produk yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian. Dalam hal ini, rating bintang 5 datang sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee. Menurut (Umam dkk, 2017) Rating adalah pendapat konsumen yang diberikan pada suatu produk. Rating bintang 5 menjadi tolak ukur dalam membuat keputusan pembelian. Menurut (Munawaroh dkk, 2024) Rating merupakan keputusan berupa penilaian bintang yang diberikan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dalam transaksi pembelian *e-commerce.*

Menurut (Marlius, 2017) Keputusan pembelian adalah keputusan yang muncul karena adanya ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk dan keinginan untuk membeli, menggunakan, merasakan, atau memiliki produk tersebut. Menurut (Mokodompit dkk, 2022) Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu perbuatan yang secara langsung berkiatan dengan upaya dalam memperoleh dan memilih produk atau jasa yang meliputi proses pengambilan keputusan. Konsumen saat ini cenderung tidak lagi hanya mengandalkan iklan, tetapi juga mencari bukti sosial atas pengalaman pengguna lain sebelum melakukan pembelian. Menurut (Hastuti & Anasrulloh, 2020)

Pengambilan keputusan pada dasarnya adalah proses yang bertujuan untuk memilih berbagai opsi guna menghasilkan keputusan yang paling efektif.

Menurut (A'Yuni, 2023) Rating yang rendah (satu bintang) menyatakan bahwa produk tersebut memiliki pandangan negatif, sedangkan rating tinggi (lima bintang) menyatakan bahwa produk tersebut memiliki pandangan yang positif, disisi lain rating tiga bintang menyatakan bahwa produk tersebut berada di titik tengah dan menunjukkan tidak adanya kecenderungan yang signifikan.

Bintang 5 yang diberikan konsumen dilaman *e-commerce* menjadi informasi penting yang dipertimbangkan oleh calon pembeli, ini berlaku untuk semua produk, bahkan produk kosmetik yang mengandalkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan mutu suatu produk tersebut.

Menurut (Amin & Rachmawati, 2020) Industri kosmetik telah menjadi industri yang berkembang pesat, dan menjadi kebutuhan utama bagi wanita-wanita di Indonesia dari berbagai usia mereka mengandalkan produk-produk kosmetik untuk mendukung penampilan mereka sehari-hari.

Salah satu merek kosmetik yang memiliki banyak ulasan rating bintang 5 dan banyak di cari dipasaran adalah merek kosmetik Hanasui. Hanasui didirikan pada tahun 2016 oleh PT Eka Jaya Internasional, Hanasui menjadi salah satu *brand* kosmetik lokal yang populer dengan penjualan sudah lebih dari 10 ribu di *platfrom* Shopee.

Dalam berbelanja produk kosmetik secara online, penulis mengamati bahwa sebagian besar mahasiswi akan menjadikan rating bintang 5 sebagai indikator utama untuk membeli produk, khususnya *e-commerce* Shopee.

Berdasarkan hasil pra-riset, 53 orang responden menjadikan bahwa rating bintang 5 sebagai hal yang sangat penting sebelum melakukan pembelian suatu produk kosmetik Hanasui di *e-commerce* Shopee. Hal ini berarti bahwa rating bintang 5 merupakan informasi yang paling sering dibaca sebelum melakukan pembelian produk kosmetik Hanasui di Shopee. Pernyataan ini didasarkan pada keyakinan bahwa banyak konsumen merasa puas dengan adanya fitur rating bintang 5 di *e-commerce* Shopee. Sistem rating ini memberikan gambaran awal tentang kualitas produk dan kredibilitas penjual.

Hal ini diperkuat oleh Penelitian dari (Latief & Ayustira, 2020) *customer review* dan *customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik dan penelitian dari (Oh, 2020) Menunjukkan bahwa ulasan panjang memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Sebaliknya penelitian dari (Ilmiyah & Krishernawan, 2020) Menunjukkan bahwa ulasan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan konsumen tidak memperhatikan ulasan produk saat membeli. Demikian pula (Marlius, 2017) Menunjukkan bahwa rating terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian, meskipun ulasan *online* tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan dari penelitian ini menunjukkan adanya celah menarik untuk diteliti lebih lanjut. Nilai kebaharuan (Novelty) pada penelitian ini adalah Peran dominan rating Bintang 5 dalam keputusan pembelian produk kosmetik di Shopee.

Oleh sebab itu, berdasarkan uraian dan fenomena diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul ”**Pengaruh rating bintang 5 terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui di *e-commerce* Shopee pada mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah rating bintang 5 produk kosmetik Hanasui di *E-commerce* shopee pada mahasiswi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN
2. Bagaimanakah keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui di *E-commerce* pada mahasiswi prodi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN
3. Apakah ada pengaruh rating 5 yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui di *E-commerce* shopee pada mahasiswi prodi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui rating bintang 5 produk kosmetik Hanasui di *E-commerce* shopee pada mahasiswi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui di *E-commerce* pada mahasiswi prodi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN

3. Untuk mengetahui rating 5 yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui di *E-commerce* shopee pada mahasiswi prodi pendidikan ekonomi FKIP UNTAN

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam hal perkembangan seperti dibidang pemasaran, perilaku konsumen, serta e-commerce dan hasil penelitian ini dapat menjadi tolak ukur untuk pengaruh rating bintang 5 terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Menambah pengetahuan penulis mengenai pengaruh rating bintang 5 terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui di *e-commerce* Shopee pada mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat berguna untuk pertimbangan evaluasi bagi Hanasui agar selalu konsisten akan produk yang dijual serta pelayanan yang ramah supaya konsumen-konsumen selalu memberikan penilaian positif di laman ulasan *e-commerce*

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memotivasi dan memberikan gambaran kepada pembaca mengenai pengaruh rating bintang 5 terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui di *e-commerce* Shopee pada mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.

E. Ruang Lingkup dan Definisi Operasional

Lingkup yang dibahas dan menjadi fokus utama pada penelitian ini adalah Rating Bintang 5 dan Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu Rating Bintang 5 sebagai (X). Variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian pada produk kosmetik Hanasui (Y).

1. Ruang lingkup penelitian

a. Variabel penelitian

1) Variabel bebas *(independent variable)*

Menurut (Sugiyono, 2019) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Rating Bintang 5 produk kosmetik Hanasui, yang dilambangkan dengan "X". (S

2) Variabel terikat *(dependen variabel)*

Menurut (Sugiyono, 2019) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel terikat merupakan variabel yang berpengaruh karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian pada produk kosmetik Hanasui, yang dilambangkan dengan "Y".

2. Definisi operasional

a. Rating bintang 5

Rating bintang 5 yang ada di e-commerce merupakan salah satu indikator langsung kepuasan konsumen, yang ditemukan dalam bentuk point 1-5. Rating bintang bukan sekadar angka, melainkan sebuah simbol yang secara langsung menunjukkan keseluruhan pengalaman konsumen terhadap suatu produk. Semakin banyak jumlah bintang di sebuah produk e-commerce maka semakin tinggi kualitas kepuasan pembelian pada produk tersebut.

Menurut (Auliya, 2017) Indikator rating adalah sebagai berikut antara lain:

1) Jumlah rating
2) Kualitas produk

Menurut (Rahmawati, 2021) Indikator rating adalah sebagai berikut antara lain:

1) Informasi rating dapat dipercaya

2) Rating membantu memutuskan membeli produk

Menurut (Farki dkk, 2016) Indikator rating adalah sebagai berikut antara lain:

1) Manfaat rating
2) Kepuasan dengan adanya rating

b. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian yaitu proses akhir dari konsumen dalam memilih produk untuk dibeli. Indikator keputusan pembelian menurut (Shanthi & Kannaiah, 2015) adalah sebagai berikut:

1) *Product Information* (Informasi Produk)
2) *Consumer Attitude* (Sikap konsumen)

Menurut (Rahmawati, 2021) Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Identifikasi kebutuhan konsumen
2) Pemilihan merek produk

Menurut (Sudjatmika, 2017) Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Konsumen memutuskan membeli produk berdasarkan harga
2) Konsumen mengambil keputusan membeli produk karena adanya ulasan produk