

**ANALISIS SENTIMEN PADA PRODUK *HALAL FASHION* MELALUI
ONLINE CUSTOMER REVIEW DI SHOPEE**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam sebagai salah satu syarat
dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen
Bisnis Syariah*



Oleh :

ANNISA FITRAH
NIM. 2116030092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
TAHUN 1447 H/2025 M**

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *"Analisis Sentimen Pada Produk Halal Fashion Melalui Online Customer Review Di Shopee"* adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah diduplikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar keserjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang, 4 Agustus 2025

Menyatakan



Annisa Fitrah

NIM. 2116030092

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Analisis Sentimen Pada Produk *Halal Fashion* Melalui *Online Customer Review* Di *Shopee*”, yang disusun oleh Annisa Fitrah, NIM 2116030092 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk munaqasah.

Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 4 Agustus 2025

Dosen Pembimbing I



Dr. Roni Andespa, S.E., M.M
NIP. 198311112015031001

Dosen Pembimbing II



Faznil Husna S. Rasyad, MBA
NIP. 198711052019032011

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “Analisis Sentimen Pada Produk Halal Fashion Melalui Online Customer Review Di Shopee”, disusun oleh Annisa Fitrah, NIM 2116030092, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, pada Rabu, 13 Agustus 2025 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 13 Agustus 2025

Ketua

Helmalia, S.E. M.M
NIP. 198305122009122006

Mengetahui,
Tim Penguji

Sekretaris

Riandy Mardhika Adif, S.E. M.M
NIP. 199303132019031013

Penguji 1

Helmalia, S.E. M.M
NIP. 198305122009122006

Anggota

Penguji 2

Riandy Mardhika Adif, S.E. M.M
NIP. 199303132019031013

Pembimbing 1

Dr. Roni Andespa, S.E. M.M
NIP. 198311112015031001

Pembimbing

Pembimbing 2

Faznil Husna S. Rasvad, MBA
NIP. 198711052019032011

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang

Prof. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah “***Analisis Sentimen pada Produk Halal Fashion melalui Online Customer Review di Shopee***”, disusun oleh Annisa Fitrah, NIM 2116030092, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Pertumbuhan industri *halal fashion* di Indonesia semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan *e-commerce*, khususnya Shopee sebagai salah satu platform belanja daring yang paling diminati. Ulasan pelanggan (*online customer review*) menjadi sumber informasi yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan layanan, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen pelanggan terhadap produk *halal fashion* melalui *online customer review* dengan fokus pada empat tema utama: kualitas produk, layanan pelanggan, pengalaman berbelanja online, dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik berbantuan perangkat lunak NVivo 14. Data penelitian diperoleh dari 900 ulasan konsumen pada tiga toko *halal fashion* terlaris di Shopee periode Januari–Februari 2025, melalui tahapan pengumpulan, pengkodean, analisis hubungan tema, dan interpretasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh layanan pelanggan dan pengalaman berbelanja *online*. Sentimen positif didominasi oleh ulasan terkait desain modern, kenyamanan bahan, dan kesesuaian harga, sedangkan sentimen negatif banyak berkaitan dengan ketidaksesuaian ukuran dan keterlambatan pengiriman. Ulasan positif meningkatkan minat beli, sementara ulasan negatif mendorong konsumen mencari alternatif lain. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas produk, kecepatan pengiriman, dan responsivitas layanan pelanggan sebagai strategi untuk memperkuat kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap produk *halal fashion* di Shopee.

Kata kunci: analisis sentimen, *customer experience*, *halal fashion*, keputusan pembelian, ulasan konsumen.

ABSTRACT

The title of this thesis is "Sentiment Analysis on Halal Fashion Products through Online Customer Review on Shopee", authored by Annisa Fitrah, NIM 2116030092, from the Business Management Sharia Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Imam Bonjol State Islamic University Padang. The growth of the halal fashion industry in Indonesia has significantly increased alongside the rapid development of e-commerce, especially Shopee, one of the most popular online shopping platforms. Customer reviews (online customer reviews) serve as an important source of information that influence consumers' perceptions of product quality and services, ultimately impacting purchasing decisions. This study aims to analyze customer sentiment towards halal fashion products through online customer reviews, focusing on four main themes: product quality, customer service, online shopping experience, and purchase decisions. The research uses a qualitative approach with thematic analysis assisted by NVivo 14 software. Data were collected from 900 consumer reviews from the top three best-selling halal fashion stores on Shopee during January–February 2025, through stages of data collection, coding, theme relationship analysis, and interpretation. The results reveal that product quality is the most influential factor affecting purchase decisions, followed by customer service and online shopping experience. Positive sentiments dominate reviews related to modern design, material comfort, and price suitability, while negative sentiments mostly concern size mismatches and delivery delays. Positive reviews increase purchase interest, whereas negative reviews encourage consumers to seek alternatives. This study recommends improving product quality, delivery speed, and customer service responsiveness as strategies to strengthen consumer trust and loyalty towards halal fashion products on Shopee.

Keywords: *sentiment analysis, customer experience, halal fashion, purchasing decisions, customer reviews.*

KATA PENGANTAR



Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-nya kepada penulis. Shalawat dan salam semoga selalu terlimpahkan bagi Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan yang sangat berarti bagi penulis agar tidak mudah menyerah dan selalu ingat bahwa Allah SWT yang akan memberikan keberhasilan disetiap kerja keras yang didasari pada niat yang ikhlas karena-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Sentimen Pada Produk *Halal Fashion* Melalui *Online Customer Review* Di *Shopee*”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Imam Bonjol Padang.

Penulis menyadari bahwa tanpa didukung oleh berbagai pihak, keberhasilan ini tidak akan tercapai. Oleh karena itu, pada kesempatan yang penuh kebahagiaan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang terdalam dan tulus kepada keluarga tercinta yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi penulis selama ini.

Kepada Abah tercinta, Abah Firman, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan bimbingan yang tiada henti. Abah adalah sosok teladan yang selalu mengajarkan keteguhan hati dan keikhlasan dalam menghadapi segala ujian. Terima kasih Abah atas setiap nasihat dan dukungan yang menguatkan langkah

penulis. Kepada Ama tersayang, Ama Fitriani, terima kasih atas cinta tanpa batas, pengorbanan yang tak terhingga, dan kesabaran yang selalu menguatkan hati ini. Mama adalah sumber kasih sayang yang selalu menjadi tempat pertama penulis bersandar. Terima kasih telah menjadi penenang dan pemberi semangat dalam setiap saat. Untuk adik-adik tercinta, Rahmi Dwi Ramadhani dan Hanum Amalia, terima kasih atas keceriaan dan doa yang selalu menemani perjalanan penulis. Kehadiran kalian memberi warna dan motivasi yang luar biasa dalam hidup penulis. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh keluarga besar sawir dan tenggek yang selalu mendukung secara moril maupun materil. Dukungan dan perhatian yang kalian berikan menjadi penyemangat yang luar biasa dalam menyelesaikan studi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, bantuan, doa serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Prof. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Bapak Dr. Roni Andespa, SE, MM dan Sekretaris Ibu Faznil Husna. S Rasyad, MBA UIN Imam Bonjol Padang.

4. Ibu Faznil Husna. S Rasyad, MBA selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan ilmu, dukungan, bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Roni Andespa, S.E, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Faznil Husna. S Rasyad, MBA selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan dan sumbangan pemikiran, sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Helmalia, S.E, MM selaku penguji I dan Bapak Riandy Mardhika Adif, S.E, MM selaku penguji II yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu pengawai Akademik Mahasiswa (AKAMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Pimpinan serta seluruh karyawan dan karyawan perpusatakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Havid Afindra Putra, yang selalu memberikan dukungan dan semangat tanpa henti selama penulisan skripsi ini.
10. Sahabat peneliti, Miftahul Fauziyah Zairisman dan Fitrah Intania Audi yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti. Terimakasih atas semua hal yang telah diberikan, tetaplah hidup dan semoga bisa bertemu di titik kesuksesan bersama nantinya.
11. Untuk Nurhanifa, Nurwidad Bari'ah, Wulan Elvisa dan Tari Sepsa Lesmara yang telah menemani penulis selama perkuliahan hingga titik ini.

12. Keluarga Besar Ujung Pandang terutama Toriq Afito dan Wahyu Firdaus serta teman lainnya yang tidak bisa penulis tuliskan namanya satu persatu. Keluarga yang selalu ada di setiap hari penulis, dan segala hal yang menginspirasi penulis untuk penulisan skripsi ini.
13. Apung, yang selalu berada di samping penulis setiap waktu dalam penulisan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi dan segala bentuk bantuan demi kelancaran penulisan skripsi ini.
15. Terakhir, terima kasih kepada diriku sendiri, Annisa Fitrah, yang telah berjuang, bertahan, dan terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai rintangan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah ketika rasa lelah, jenuh, dan ragu datang silih berganti. Terima kasih karena tetap berpegang pada tekad untuk menyelesaikan tanggung jawab akademik ini dengan sepenuh hati. Skripsi ini adalah bukti bahwa setiap tetes air mata, setiap waktu yang tersita, dan setiap usaha yang dicurahkan tidak pernah sia-sia. Terima kasih telah berani mengambil langkah, belajar dari kegagalan, serta menghargai setiap proses kecil yang membawa pada hasil akhir ini.

Padang, 31 Juli 2025
Penulis

Annisa Fitrah
NIM.2116030092

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEORISINILAN.....	1
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Customer Experience</i>	11
2. Ulasan Pelanggan Daring (<i>Online Customer Review</i>).....	20
3. <i>Halal Fashion</i>	28
4. Analisis Sentimen	31
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Objek Penelitian	40
C. Data dan Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57

A.	Gambaran Umum Objek	57
1.	Lozy Hijab	57
2.	Kenan Hijab Indonesia	59
3.	Kalida.id	60
B.	Hasil Penelitian.....	62
1.	Tema-Tema yang Diulas Konsumen.....	62
2.	Analisis Sentimen	69
3.	Hubungan Tema-Tema dengan Keputusan Pembelian	77
C.	Pembahasan	79
1.	Tema-Tema yang Diulas Konsumen pada Toko <i>Halal Fashion</i>	79
2.	Analisis Sentimen	110
3.	Hubungan Tema-Tema Dengan Keputusan Pembelian	150
D.	Implikasi.....	155
BAB V PENUTUP.....		158
A.	Kesimpulan.....	158
B.	Keterbatasan Penelitian	159
C.	Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA		162
LAMPIRAN.....		171

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Channel Belanja Online Terfavorit Warga Indonesia Selama Ramadan 2024.....	2
Tabel 1. 2 Data penjualan tertinggi toko <i>halal fashion</i> shopee bulan Januari tahun 2025	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 2 Persentase <i>Agreement</i>	53
Tabel 3. 3 Interpretasi Kappa	54
Tabel 4. 1 Tema Kualitas Produk	63
Tabel 4. 2 Tema Layanan Pelanggan.....	65
Tabel 4. 3 Tema Pengalaman Berbelanja <i>Online</i>	66
Tabel 4. 4 Tema Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 5 Analisis Sentimen Tema Kualitas Produk	70
Tabel 4. 6 Analisis Sentimen Tema Layanan Pelanggan.....	72
Tabel 4. 7 Analisis Sentimen Tema Pengalaman Berbelanja <i>Online</i>	74
Tabel 4. 8 Analisis Sentimen Tema Keputusan Pembelian	76
Tabel 4. 9 Pearson Correlation Coefficient	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4. 1 Word Frequency Query	62
Gambar 4. 2 Sentimen Ulasan Konsumen	69
Gambar 4. 3 Diagram Pearson Correlation Coefficient	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peringkat Marketplace Online Terpopuler di Indonesia Tahun 2025	171
Lampiran 2 Toko <i>Halal Fashion</i> Shopee	172
Lampiran 3 Hasil Olah Data Menggunakan Nvivo14.....	173
Lampiran 4 Ulasan pada Toko Halal Fashion di Shopee	179