

ABSTRAK

Pengaruh *Online Customer Review* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Shopee Di Bandar Lampung

Fenomena belanja *online* pada saat ini yang terus berkembang maka tidak heran para pelaku bisnis perlu memperhatikan pentingnya ulasan konsumen (*Online Customer Review*) serta memberikan kualitas layanan elektronik (*E-service Quality*) yang terbaik agar para pelanggan dapat melakukan pembelian produk di *marketplace*. Salah satu *marketplace* yang dapat digunakan adalah Shopee. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh yang diberikan oleh variabel *online customer review* dan *e-service quality* sebagai variabel bebas terhadap variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat pada *marketplace* Shopee di Bandar Lampung. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel dengan kriteria sesuai yang ditentukan peneliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, tahap Analisa dengan menggunakan regresi linier berganda, dan uji hipotesis yaitu uji t serta uji koefisiensi determinasi (R^2), dengan bantuan aplikasi program IBM SPSS 26 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel *e-service quality* juga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, *E-Service Quality*, Keputusan Pembelian, *Marketplace*, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

The Effect Online Customer Review and E-Service Quality on Consumer Purchase Decisions at the Marketplace Shopee

The phenomenon online at this time which continues to grow, it is not surprising that business people need to pay attention to the importance of consumer reviews (Online Customer Reviews) and provide the best quality of electronic services (E-service Quality) so that customers can purchase products in the marketplace. One of the marketplaces that can be used is Shopee. The purpose of this study was to examine the effect of online customer review and e-service quality variables as independent variables on purchasing decision variables as the dependent variable on the marketplace in Bandar Lampung. The data used in this study is primary data obtained from the results of respondents' answers which were collected with the help of a questionnaire. The number of samples in this study were 120 respondents. The sampling method used purposive sampling, which is a technique to determine the sample with the appropriate criteria determined by the researcher. The analytical method used in this research is validity test, reliability test, analysis stage using multiple linear regression, and hypothesis testing, namely t test and coefficient of determination test (R^2), with the help of the IBM SPSS 26 application for windows. The results of this study indicate that the online customer review variable has a significant effect on the purchasing decision variable e-service quality also has a significant effect on the consumer purchasing decision variables.

Keywords: Online Customer Review, E-Service Quality, Purchase Decision, Marketplace, Consumer Behavior