

ABSTRAK

PENGARUH ULASAN PELANGGAN ONLINE DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE

(Studi Pada Konsumen Shopee Di Bandar Lampung)

Oleh :

Heny Puspita Sari Saputri

Pada era modern saat ini, teknologi berkembang sangat pesat. Internet saat ini telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat di zaman sekarang, dimana penggunaannya tidak terbatas. Perkembangan internet yang sangat pesat ini membuat masyarakat lebih terbuka dengan pengetahuan global. Seiring waktu dengan banyaknya pengguna internet dan aplikasi digital lainnya membuat e-commerce mulai di lihat. Dengan adanya internet yang memudahkan dimasa sekarang, masyarakat dapat berbelanja kapan pun dan dimanapun pada saat yang dibutuhkan secara online. Berkembangnya teknologi internet yang sangat pesat memunculkan perubahan perilaku yang baru pada awalnya masyarakat gemar berbelanja secara langsung kepasar, toko, dan mall terdekat kini beralih ke berbelanja secara *online* cukup dengan smartphone dan koneksi internet. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh ulasan pelanggan online dan rating terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee Di Bandar Lampung. Penelitian ini Menggunakan jenis penelitian Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan objek penelitian adalah konsumen shopee Di Bandar Lampung. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kajian pustaka dan kuisisioner. Dengan populasi yaitu konsumen shopee di Bandar Lampung dan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ulasan pelanggan *online* dan *rating* terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee Di Bandar Lampung dengan nilai koefisien sebesar ulasan pelanggan *online* (0,194) dan *rating* (0,314)

Kata Kunci : Ulasan Pelanggan Online; Rating; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND RATINGS ON PURCHASE DECISIONS ON THE MARKETPLACE SHOPEE

(Study on Shopee Consumers in Bandar Lampung)

By:

Henry Puspita Sari Saputri

In today's modern era, technology is developing very rapidly. Today's internet has become a necessity for today's society, where users are unlimited. The rapid development of the internet has made society more open to global knowledge. Over time, with the large number of internet users and other digital applications, e-commerce has begun to be seen. With the internet that is facilitated today, people can shop whenever and wherever they need online. The rapid development of internet technology has led to new changes in behavior. At first, people liked to shop directly at the nearest markets, shops and malls, now they are switching to shopping online with just a smartphone and an internet connection. The purpose of this study was to determine the effect of online customer reviews and ratings on purchasing decisions at the shopee marketplace in Bandar Lampung. This research uses descriptive research with a quantitative approach. The research object is shopee consumers in Bandar Lampung. Methods of data collection carried out through literature review and questionnaires. With a population of shopee consumers in Bandar Lampung and a sample size of 100 respondents. The results of this study indicate that there is an influence between online customer reviews and ratings on purchasing decisions at the shopee marketplace in Bandar Lampung with a coefficient value of online customer reviews (0.194) and rating (0.314).

Keywords : online customer reviews; ratings; purchasing decisions.