

ABSTRAK

Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia Di Indonesia

Oleh:

ROBI HIDAYANSYAH

Pesatnya perkembangan teknologi telah menyebabkan pergeseran perilaku berbelanja konsumen dari yang sebelumnya *offline* beralih ke *online* di seluruh dunia termasuk Indonesia, salah satunya ditandai dengan pertumbuhan *e-commerce* yang mengalami peningkatan secara signifikan. *E-commerce* Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia yang memberikan beragam fitur yang menjadi sumber informasi bagi konsumen dalam menentukan produk yang akan konsumen beli, salah satu fitur yang cukup penting adalah ulasan dan penilaian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel ulasan dan penilaian konsumen sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat pada *marketplcace* Tokopedia di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 130 responden. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria sesuai yang ditentukan peneliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel variabel ulasan dan penilaian konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: Ulasan Konsumen, Penilaian Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Impact of Consumer Reviews and Consumer Ratings on Purchase Decisions on the Tokopedia Marketplace in Indonesia

By:

ROBI HIDAYANSYAH

The rapid development of technology has caused a shift in consumer shopping behavior from offline to online around the world including in Indonesia, one of which is marked by the growth of e-commerce which has increased significantly. E-commerce Tokopedia is one of the largest e-commerce in Indonesia which provides a variety of features that are a source of information for consumers in determining the products that consumers will buy, one feature that is quite important is consumer reviews and ratings. The purpose of this study was to determine the effect of the variables of consumer reviews and ratings as independent variables on purchasing decisions as the dependent variable on the Tokopedia marketplace in Indonesia. This study used a survey method by distributing questionnaires to 130 respondents. The sample was taken using the purposive sampling technique, which is a sampling technique with criteria according to the researcher's determination. The analytical method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. The results showed that the variables of consumer reviews and judgments had a suggestive effect on the purchasing decision variable.

Keywords: Consumer Reviews, Consumer Ratings, Purchasing Decisions