

INTISARI

Fenomena penipuan di marketplace membuat para calon konsumen memperhatikan online customer review serta kepercayaan konsumen pada produk atau toko agar konsumen dapat melakukan pembelian produk dengan aman. Salah satu marketplace yang digunakan adalah Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ulasan konsumen online terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening pada marketplace Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat pengguna Tokopedia di Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon dengan jumlah sampel penelitian ini adalah 100 orang 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 yang digunakan SEM PLS, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan konsumen online mempengaruhi keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen memediasi secara parsial, ulasan konsumen online mempengaruhi keputusan pembelian, ulasan konsumen online mempengaruhi kepercayaan konsumen dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: ulasan konsumen online, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

The phenomenon of fraud in the marketplace makes potential customers pay attention to online customer reviews and consumer confidence in products or stores so that consumers can purchase products safely. One of the marketplaces used is Tokopedia. Therefore, this study aims to determine and analyze the effect of online consumer reviews on purchasing decisions through consumer trust as an intervening variable in the Tokopedia marketplace. This study used an associative quantitative research method by distributing questionnaires to the Tokopedia user community in Sumber District, Cirebon Regency with a total sample of 100 respondents. The sampling method uses purposive sampling, which is a technique for determining the sample according to the criteria determined by the researcher. The analytical method used in this study is the validity test, reliability test, analysis phase used SEM PLS, and hypothesis testing. The results of this study indicate that online consumer reviews influence purchasing decisions and consumer trust partially mediates, online consumer reviews influence purchasing decisions, online consumer reviews influence consumer trust and consumer trust influences purchasing decisions.

Keywords: online customer review, purchase decision, customer's trust