

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh *online customer review*, *online customer rating* dan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, apakah ada pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, dan apakah ada pengaruh sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang dan untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah atau biasa berbelanja di Shopee. Kemudian karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang yang biasa atau pernah berbelanja di Shopee. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *googleform*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *online customer review* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 73,2 – 82,3. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 397,7 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel *online customer review* yaitu sebesar 79,5 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *online customer rating* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 80,7 – 82. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 162,7 dan nilai rata-rata indeks 81,35 berada

dalam kategori tinggi Sementara untuk nilai rata-rata indeks variabel sistem pembayaran (X3) yaitu dengan nilai indeks 82,8 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda  $Y = 12,171 + 0,658 X_1 + 0,622 X_2 + 0,483 X_3$ . Diketahui konstan regresi sebesar 12,171, koefisien regresi  $b_1 = 0,658$ , koefisien regresi  $b_2 = 0,622$  dan koefisien regresi  $b_3 = 0,483$ . Nilai konstan sebesar 12,171 artinya jika nilai *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2) dan Sistem Pembayaran (X3) sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 12,171 satuan. Koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,658 artinya jika nilai *online customer review* (X1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,658 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif *online customer review* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,622 artinya jika *online customer rating* (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,622 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif *online customer rating* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,483 artinya jika sistem pembayaran (X3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,483 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif sistem pembayaran (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Implikasi Terapan: Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut. Dengan diketahui bahwa variabel *online customer review* pada pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator variabel electronic word of mouth mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan di tingkatkan. Karena adanya fitur *online customer review* membuat konsumen lebih tertarik dan yakin melakukan keputusan pembelian pada shopee. Dengan diketahui bahwa variabel *online customer rating* pada pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator *online customer rating* mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan

agar meneliti lebih jauh lagi tentang indikator keputusan pembelian pada indikator jumlah pembelian, karena memiliki nilai indeks dalam kategori sedang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang, secara parsial *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada masyarakat Kota Kupang, secara parsial system pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada masyarakat Kota Kupang dan secara simultan *online customer review*, *online customer rating* dan system pembayaran berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Kota Kupang.

**Kata Kunci:** *Online Customer Review, Online Customer Rating, Sistem Pembayaran, Keputusan Pembelian.*