

Abstrak

Skripsi dengan judul “Pengaruh Ulasan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Merek Tas Mosssdom Di *Platform* Resmi *E-commerce* Shoppe” ini ditulis oleh Alfi Nabila, NIM. 126304213173.

Kata Kunci: Ulasan *Online*, Keputusan Pembelian

Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi di era digital akan terus berkembang. Perluasan *e-commerce* di Indonesia telah mendorong konsumen untuk lebih memilih belanja *online* karena harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pilihan ritel tradisional. Hal ini tentu saja dapat memengaruhi pertimbangan, persepsi, dan pilihan berbelanja *online* bagi konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode *non probability sampling* berjenis *purposive sampling*. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* berbentuk *google form*. Jumlah sampel diperoleh sebanyak 96 responden pengguna tas merek Mosssdom. Adapun pengujian analisis data menggunakan *software* SPSS 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan variabel interaksi *peer group* dan ulasan *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas merek Mosssdom di *platform e-commerce*.

Abstract

The Thesis entitled “The Effect Of Online Reviews Toward Purchase Decisions Bag Of Mossdom Brand On The E-Commerce Platform” was written by Alfi Nabila, NIM 126304213173.

Keywords: Peer Group Interactions, Reviews Online, Purchase Decisions

As time goes by, technological advances in the digital era will continue to more develop. The elaboration of e-commerce in Indonesia has encouraged consumers prefer to online shopping more than to go traditional retail because it has competitive prices. This situation certainly has impact for consumers considerations, perceptions, and online shopping choices.

This study uses a quantitative descriptive approach with a non-probability sampling method, namely purposive sampling. Data collection was obtained through the distribution of an online questionnaire formed a Google Form. Total sample are using 96 respondents bag of Mossdom brand. Data analysis was conducted using by SPSS 27 software.

The results showed that for partially and simultaneously, peer group interactions and online reviews have a positive and significant influence toward purchase decisions bag of Mossdom brand on the e-commerce platform.

خلاصة

تم كتابة هذه الرسالة بعنوان "تأثير تفاعل المجموعة مع الأقران والمراجعات عبر الإنترنت على قرارات ، ٣١٧١٣٤٢٠، ألفي نبيلة التجارية على منصة التجارة الإلكترونية" من قبل التجارية موسدوم الشراء لعلامة مع المشرفين و

الكلمات الرئيسية: تفاعل المجموعة، المراجعات عبر الإنترنت، قرارات الشراء

مع مرور الوقت، سيستمر التطور التكنولوجي في العصر الرقمي. وقد شجع تطور التجارة الإلكترونية في إندونيسيا المستهلكين على تفضيل التسوق عبر الإنترنت على المتاجر التقليدية نظرًا لأسعارها التنافسية. ولا شك أن هذا الوضع يؤثر على اعتبارات المستهلكين ووجهات نظرهم وخياراتهم في التسوق عبر الإنترنت.

تعتمد هذه الدراسة على منهج وصفي كمي، مع أسلوب أخذ عينات غير احتمالية، أي أخذ عينات قصدية. جمعت البيانات من خلال توزيع استبيان إلكتروني باستخدام نموذج جوجل. استخدم إجمالي العينة ٩٦ مستجيبًا حقائب ماركة موسدوم. أجري تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ٢٧.

وأظهرت النتائج أن تفاعلات مجموعات الأقران والمراجعات عبر الإنترنت لها تأثير إيجابي وهام جزئيًا وفي وقت واحد على قرارات شراء حقيبة العلامة التجارية موسدوم على منصة التجارة الإلكترونية.