

# **PENGARUH ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE* PADA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa/i di Pulau Bengkalis)**

Nama : Silvia Pravita Nasty  
NIM : 5103211558  
Dosen Pembimbing : Erma Domos, BA., MTCSOL

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* secara *online* melalui aplikasi Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer (kuesioner). Teknik pengambilan sampel menggunakan Nonprobability Sampling dengan jumlah responden 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkan secara *online* kepada mahasiswa perguruan tinggi di Pulau Bengkalis yang menjadi responden dan di analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi sederhana, uji regresi linear sederhana dan uji T. Dari hasil tanggapan responden terhadap variabel ulasan produk terdapat delapan pernyataan dengan nilai rata-rata 4,43 yang digolongkan dalam kategori sangat tinggi. Hasil tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian terdapat dua belas pernyataan dengan nilai rata-rata 4,42 digolongkan dalam kategori sangat tinggi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ulasan memiliki proporsi pengaruh keputusan pembelian sebesar 41,4% dan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : Ulasan Produk, Keputusan Pembelian, Shopee, Fashion

***THE INFLUENCE OF PRODUCT REVIEWS ON  
ONLINE FASHION PRODUCT PURCHASE DECISIONS  
ON THE SHOPEE APPLICATION  
(Case Study on College Students in Bengkalis Island)***

*Name* : Silvia Pravita Nasty  
*Student ID Number* : 5103211558  
*Supervisor* : Erma Domos, BA., MTCSOL

***Abstrack***

*The purpose of this study is to analyze the influence of product reviews on the purchasing decisions of fashion products online through the Shopee application. This research is a quantitative study using primary data sources (questionnaires). The sampling technique used is Nonprobability Sampling with a total of 100 respondents. Data collection was carried out using questionnaires distributed online to university students in Bengkalis Island who became the respondents and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple correlation tests, simple linear regression tests, and t-tests. Based on the responses of the respondents to the product review variable, there were eight statements with an average score of 4.43, which is classified in the very high category. The responses to the purchasing decision variable consisted of twelve statements with an average score of 4.42, also classified in the very high category. The results of the study indicate that product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions. Product reviews have a proportion of influence on purchasing decisions of 41.4%, while the remaining 58.6% is influenced by other variables not examined in this study.*

***Keywords:*** *Product Reviews, Purchasing Decisions, Shopee, Fashion*