

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-MARKETPLACE TOKOPEDIA**

Oleh

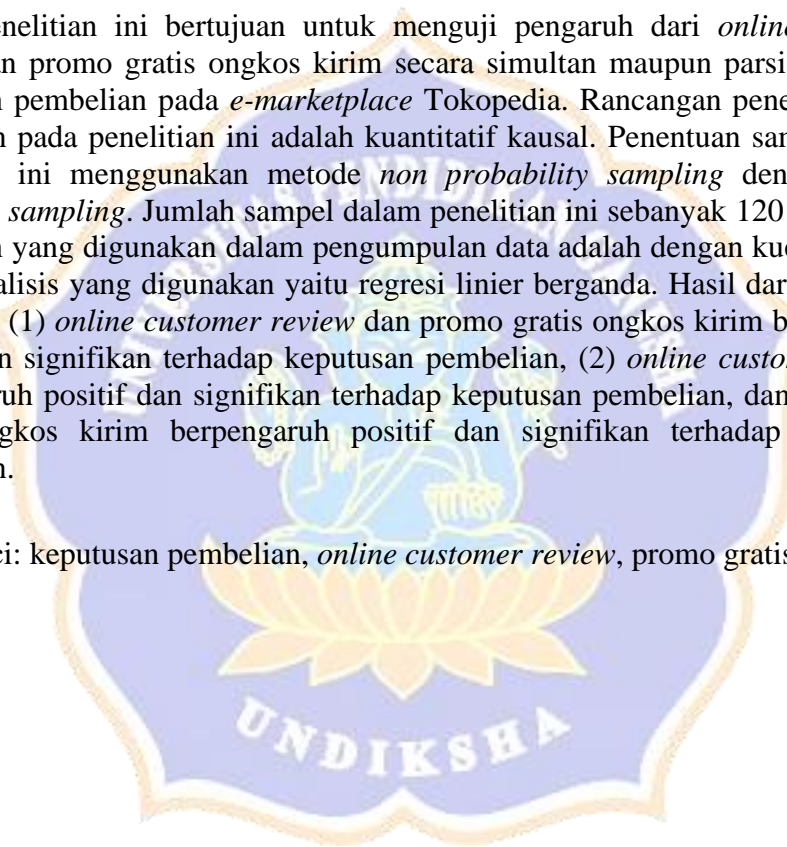
Nevinda Tryaning Sagita, NIM 2017041222

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *online customer review* dan promo gratis ongkos kirim secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada *e-marketplace* Tokopedia. Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *online customer review* dan promo gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) promo gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, *online customer review*, promo gratis ongkos kirim



**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PROMO GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-MARKETPLACE TOKOPEDIA**

By

Nevinda Tryaning Sagita, NIM 2017041222

Management Department

Abstract

This research aims to test the influence of online customer reviews and free shipping promotions simultaneously or partially on purchasing decisions on the Tokopedia e-marketplace. The research design used in this research is causal quantitative. Determining the sample in this research used a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The number of samples in this study was 120 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire and the analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this research are (1) online customer reviews and free shipping promos have a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) free shipping promos have a positive and significant effect on decisions purchase.

Keywords: online customer review, free shipping promos, purchase decision

