

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, REVIEW PELANGGAN, DAN RATING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA)**

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Manajemen

Arif Ananto

IM C

Pembimbing Drs. Laksono Sumarto, MM

Pembimbing Dr. Rini diyani, S., S.Sos.,MM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, REVIEW PELANGGAN, DAN RATING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA)**

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan untuk Melengkapi Tugas Tugas Dan Memenuhi Syarat Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Arif Ananto

IM C

Pembimbing Drs. Laksono Sumarto, MM

Pembimbing Dr. Rini diyani, S., S.Sos.,MM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2023



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS**

PERNYATAAN PENULISAN

**Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Review Pelanggan, Dan Rating Terhadap
Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas
Tunas Pembangunan Surakarta)**

Nama : Arif Ananto

NIM : C0119014

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya sendiri. Jika suatu saat ada pihak yang mengeklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

Surakarta, 20 Mei 2023

Hormat Saya



Arif Ananto



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

**Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Review Pelanggan, Dan Rating Terhadap
Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas
Tunas Pembangunan Surakarta)**

Nama : Arif Ananto

NIM : C0119014

Naskah publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai artikel ilmiah dan dapat diajukan dalam jurnal ilmiah, berdasarkan atas hasil karya/ ilmiah/ penelitian yang dilakukan.

Pembimbing II

(Dr. Rini Adiyani, SE., S.Sos.,MM)

NIDN : 0622046501

Surakarta, 17 Mei 2023
Disetujui Dan Diterima Dengan Baik
Untuk Dipertahankan
Pembimbing I

(Drs. Laksono Sumarto, MM)

NIDN : 0622125906



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Review Pelanggan, Dan Rating Terhadap
Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas
Tunas Pembangunan Surakarta)

Nama : Arif Ananto

NIM : C0119014

Naskah publikasi ini telah diujikan di depan dewan penguji pada

Tanggal Rabu, 21 Juni 2023

Dewan penguji

1. Drs. Trio Handoko, MM
2. Dr. Achmad Choerudin, ST, SE, MM
3. Drs. Laksono Sumarto, MM

Tanda tangan

(Ketua)

(Sekertaris).....

(Anggota).....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis


(Dra. Sri Wijastuti, MM)
NIDN : 0608106401

Ketua Program Studi Manajemen


(Abdullah Zailani, SE, S.Ag, M.Pd, M.Si)

NIDN: 0010127201

PENGARUH KUALITAS PRODUK, REVIEW PELANGGAN, DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA)

Disusun oleh: Rif Nanto, Drs. Laksono Sumarto, MM, Dr. Rini Didiyanti, S.P., S.Sos., MM

Program Studi Manajemen, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta
Jl. Walanda maramis No. 10 Surakarta

Email: arifnovember@gmail.com

ABSTRAK Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk, Review Pelanggan, dan Rating terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden pada mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* atau teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji Parsial (*t* test), Uji Simultan (*F* test) dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian Berdasarkan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini didapat persamaan regresi, $Y = 0,732 + 0,339 X_1 + 0,354 X_2 + 0,258 X_3$. Hasil dari uji parsial (*t* test) menunjukkan bahwa Kualitas produk, Review Pelanggan, dan rating berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Shopee. Hasil dari uji simultan (*F* test) menunjukkan bahwa Kualitas produk, Review Pelanggan, dan rating berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Shopee. Dan hasil dari Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 17,3% yang sisanya dipengaruhi oleh variabel Independen lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Review Pelanggan, Rating, Keputusan Pembelian

ABSTRACT The purpose of this study was to determine the effect of: 1) Product Quality, 2) Customer Reviews, 3) Rating on Purchasing Decisions at Shopee for Tunas Pembangunan University Students in Surakarta. This research is quantitative research using primary data. The sample in this study used 100 respondents at Tunas Pembangunan University students. The sampling technique used *Accidental Sampling* technique or sampling technique by chance. The analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis with hypothesis testing using Partial Test (*t* test), Simultaneous Test (*F* test) and Coefficient of Determination (R^2). Research results: 1) Based on multiple linear regression analysis in this study, the regression equation is obtained, $Y = 0.732 + 0.339 X_1 + 0.354 X_2 + 0.258 X_3$. 2) The results of the partial test (*t* test) show that product quality, customer reviews, and ratings have a positive and partially significant effect on purchasing decisions in shopping at Shopee. 3) The results of the simultaneous test (*F* test) show that product quality, customer reviews, and ratings have a positive and significant effect simultaneously on purchasing decisions in shopping at Shopee. 4) And the results of the Coefficient of Determination (R^2) of 17.3%, the rest is influenced by other independent variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Customer Reviews, Ratings, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Dunia teknologi dan informasi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat pasar berkembang semakin dinamis mengharuskan para pelaku pasar untuk terus berinovasi untuk mempertahankan pelanggannya. Salah satu teknologi dan informasi yang mendukung kebutuhan masyarakat salah satunya adalah internet. Penggunaan media berbasis internet untuk inovasi dalam kegiatan jual beli menjadi pilihan perusahaan atau pedagang untuk mempromosikan usahanya. Seiring perkembangan teknologi dan informasi, konsumen yang awalnya melakukan transaksi secara offline sekarang beralih menggunakan transaksi secara online. Perubahan terjadi karena memberikan kemudahan bagi konsumen.

Belanja *online* menjadi salah satu *trend* yang merambah di dunia sekolah, kampus, atau masyarakat umum. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat memunculkan perubahan pada perilaku belanja dikalangan mahasiswa. Perubahan perilaku dapat terlihat dari kebiasaan belanja yang dilakukan oleh mahasiswa. Yang tadinya terbiasa berbelanja di Mall atau Toko terdekat sekarang beralih ke *online*. Berbelanja melalui *online* tidak terikat syarat ataupun waktu. Konsumen bisa berbelanja dimanapun dan kapanpun yang mereka mau. Mudahnya berbelanja di *online shop* adalah salah satu alasan perubahan perilaku pelanggan ini terjadi. *Online shop* ini mempermudah semua kalangan termasuk mahasiswa.

Tabel 1.1 Data Penjualan di Shopee

Nama Toko	Penjualan (Bulan)	Pesanan	Penjualan (Rp)	Penjualan Pesanan	Total Pengunjung	Produk Dilihat
PempekLestari123	September	76	3,1 JT	40,7 RB	1,3RB	5,7RB
	Oktober	95	4,1 JT	43,5 RB	1,5RB	6,7RB
NidhasHijab	September	184	9,1 JT	47,4 RB	5,7RB	18,1RB
	Oktober	193	9,5 JT	51,8 RB	6,3RB	18,1RB
erickset9	September		733,2RB			
	Oktober	3	B	244,4 RB	213	618

Dari data diatas toko PempekLestari, Nidhas Hijab, dan erickset mengalami kenaikan penjualan setiap bulannya.

Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi penjualan setiap bulannya, kualitas produk yang baik berdampak pada peningkatan penjualan dan kualitas produk

yang buruk akan berdampak pada penurunan penjualan. Kualitas produk yang diberikan oleh penjual akan berdampak pada *review* pelanggan dan *rating* yang diberikan pelanggan kepada toko. Kualitas produk yang baik akan menghasilkan *review* pelanggan dan *rating* yang baikpula bagi toko di Shopee dan kualitas produk yang buruk akan menghasilkan *review* pelanggan dan *rating* yang buruk pula. Sehingga dari *review* pelanggan dan *rating* yang diberikan oleh pelanggan akan berdampak pada keputusan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk dan jasa tersebut (Yuliana and Pantawis). Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kurniasari dan Utama Kualitas produk adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.

b. Indikator Kualitas Produk

Indikator pemilihan kualitas produk menurut Oentoro dalam Hikmah

- 1) *Performance* (kinerja)
- 2) *Feature* (fitur)
- 3) *Realibility* (keandalan)
- 4) *Conformance* (kesesuaian)
- 5) *Durability* (daya tahan)

2. Review Pelanggan

a. Pengertian Review Pelanggan

Menurut MS et al., *Review* pelanggan merupakan bagian dari *eWom*, oleh karena itu untuk dimensi dimensi yang digunakan tentunya juga dari dimensi *eWom*. *Review* merupakan bagian dari *Electronic Word of Mouth (eWOM)* yaitu merupakan pendapat langsung dari seseorang dan bukan sebuah iklan. Dalam *review*

pelanggan setiap konsumen dapat memberikan ulasan baik maupun ulasan yang buruk tentang produk yang dijual maupun toko.

- b. Indikator Review Pelanggan
 - Indikator-indikator dari review pelanggan menurut Febriana & Yulianto (2019) dalam Istikomah (2020) adalah
 - *Attractiveness*
 - *Trustworthiness*
 - *Expertise*

□ Rating

a. Pengertian Rating

Rating adalah bagian dari review yang menggunakan bentuk symbol bintang daripada bentuk teks dalam mengekspresikan pendapat dari pelanggan. Rating dapat diartikan sebagai penilaian dari pengguna pada preferensi suatu produk terhadap pengalaman mereka mengacu pada keadaan psikologi dan emosional yang mereka jalani saat berinteraksi dengan produk virtual dalam lingkungan dimediasi (Irbaini, 2019)

b. Indikator Rating

Indikator – indikator Rating menurut Dauly (2019) dalam Mokodompit et al., (2019) mengungkapkan bahwa terdapat 4 dimensi penilaian rating toko yaitu

- Layanan
- Produk
- Operasional.
- Respon penjual.

□ Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh konsumen sebagai pertimbangan guna memilih dua atau lebih alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk (Darmansah and Yosepha, 2019)

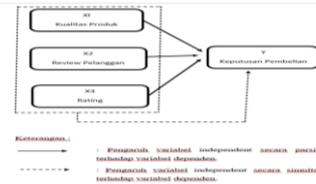
b. Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian oleh konsumen melewati lima tahapan dalam proses keputusan pembelian

- Pengenalan Kebutuhan
- Pencarian Informasi Konsumen
- Evaluasi Alternatif
- Keputusan Pembelian
- Perilaku Pasca pembelian

KERANGKA PENELITIAN

Kerangka penelitian ini adalah suatu model pemecahan masalah mulai dari penentuan permasalahan penelitian. Metode pemecahan masalah sampai dengan pemecahan masalah. Pemaparan kerangka penelitian yang akan dipecahkan, dan metode penyelesaian masalah yang akan dilakukan dalam penelitian. di samping disajikan dalam bentuk pemaparan, kerangka penelitian juga disajikan dalam suatu kerangka modal kerangka penelitian dalam tabel berikut



HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya maka dirumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

- Kualitas Produk
 - H₀ □ Kualitas Produk □□□□ tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
 - H₁ □ Kualitas Produk □□□□ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
- Review Pelanggan
 - H₀ □ Review Pelanggan □□□□ tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
 - H₁ □ Review Pelanggan □□□□ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
- Rating
 - H₀ □ Rating □□□□ tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
 - H₁ □ Rating □□□□ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
- Kualitas produk □□□□, Review Pelanggan □□□□ dan Rating □□□□
 - H₀ □ Kualitas produk □□□□, Review Pelanggan □□□□ dan Rating □□□□ tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □
 - H₁ □ Kualitas produk □□□□, Review Pelanggan □□□□ dan Rating □□□□ berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y □

METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di □ universitas

Tunas Pembangunan Surakarta. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan Surakarta untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, review pelanggan, dan rating terhadap keputusan pembelian di Shopee.

2. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, sedangkan sampel dari penelitian ini adalah 100 orang yang terdiri dari 50 Mahasiswa Fakultas Teknik, 20 Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 10 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan 20 Mahasiswa Fakultas Pertanian.

3. Variabel penelitian

- a. Variabel terikat / dependent variabel / Dalam penelitian ini yang dimaksud variabel dependen adalah keputusan pembelian.
- b. Variabel bebas / independent variabel / Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas / kualitas produk, review pelanggan, dan rating yang dikategorikan sebagai berikut /
 - 1. kualitas produk
 - 2. review pelanggan
 - 3. rating

4. Sumber Data

Sumber data yang peneliti kumpulkan terdiri dari data primer.

5. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer

6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner dengan menggunakan angket.

7. Metode Analisis Data

- a. Uji instrument penelitian
- b. Uji prasyarat analisis / uji asumsi klasik
- c. Uji regresi linier berganda
- d. Uji hipotesis

8. Hasil Analisis Data

- a. Uji instrument penelitian / Berdasarkan pada uji instrument penelitian yang terdiri dari uji uji validitas, uji reliabilitas diketahui bahwa tiap item pernyataan valid dan reliabel memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya.
- b. Uji prasyarat analisis / uji asumsi

klasik Telah lolos uji prasyarat analisis oleh karena itu layak untuk memprediksi analisis berikutnya.

- c. Uji regresi linier berganda Hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi berikut /

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.732	.986	.742	.460			
Kualitas.Produk	-.339	.058	-.578	5.828	.000	.178	5.629
Review.Pelanggan	-.354	.105	-.189	3.387	.001	.559	1.789
Rating	-.258	.121	-.214	2.126	.036	.171	5.832

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

Sumber : lampiran 6 olahan SPSS, 2023

Hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut /

$$Y = 0,732 + 0,339 X_1 + 0,354 X_2 + 0,258 X_3$$

- d. Uji Hipotesis / Uji T

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.732	.986	.742	.460			
Kualitas.Produk	-.339	.058	-.578	5.828	.000	.178	5.629
Review.Pelanggan	-.354	.105	-.189	3.387	.001	.559	1.789
Rating	-.258	.121	-.214	2.126	.036	.171	5.832

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

Sumber : lampiran 6 olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya T tabel adalah 1,96 dan dk 99 sehingga nilai T tabel sebesar 1,96 sehingga hasil masing-masing variabel adalah sebagai berikut /

- a. Kualitas Produk / Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas Produk 5,828 sebesar 5,828, artinya t_{hitung} > t_{tabel} 1,96 dan tingkat Sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian /
- b. Review Pelanggan / Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Review Pelanggan 3,387 sebesar 3,387, artinya t_{hitung} > t_{tabel} 1,96 dan tingkat Sig. sebesar 0,001 < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Sehingga variabel Review Pelanggan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian \checkmark

c. Rating

Diperoleh nilai t_{hitung} variabel Rating sebesar 0,000, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,000 dan tingkat Sig. sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga variabel Rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian \checkmark

uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	669.478	3	223.159	159.031	.000 ^b
Residual	134.712	96	1.403		
Total	804.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

b. Predictors: (Constant), Rating, Review.Pelanggan, Kualitas.Produk

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat signifikan variabel dengan memperhatikan nilai signifikan dan $df = n - k$, juga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 0,000 < 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi, apabila $Sig. F < \alpha$ 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui F_{tabel} , diperoleh rumus $df = n - k$ dan $df = n - k - 1$, maka nilai F_{tabel} sebesar 0,00 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ 0,000 < 0,000 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen Kualitas Produk, Review Pelanggan dan Rating berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil uji parsial uji t menunjukkan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,000 < 0,05 dan tingkat Sig. sebesar 0,000 < 0,05.
2. Hasil uji parsial uji t review pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Pembelian. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel review pelanggan terhadap Keputusan Pembelian sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,000 < 0,05 dan tingkat Sig. sebesar 0,000 < 0,05.

3. Hasil uji parsial uji t rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel rating terhadap Keputusan Pembelian sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,000 < 0,05 dan tingkat Sig. sebesar 0,000 < 0,05.
4. Hasil uji simultan uji F menunjukkan hasil bahwa Kualitas Produk, Review pelanggan dan Rating berpengaruh positif dan signifikan secara simultan bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Pada Shopee. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan uji F yang menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 0,000 < 0,000 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,000.
5. Koefisien Determinasi R^2 menunjukkan hasil bahwa Kualitas Produk, Review Pelanggan dan Rating sebesar 0,00, sedangkan sisanya 0,00 Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
6. Uji Regresi Berganda menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan naik sebesar 0,000 Kualitas Produk sebesar 0,000 dengan nilai positif. Artinya bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas Produk sebesar 0, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,00. Nilai Review Pelanggan sebesar 0,000 dengan nilai positif. Artinya bahwa setiap kenaikan variabel Review Pelanggan sebesar 0, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,00. Rating sebesar 0,000 dengan nilai positif. Artinya bahwa setiap kenaikan variabel Rating sebesar 0, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,00.

B. Saran

- Bagi Penjual di Shopee
 - a. Perlu meningkatkan kualitas produk yang dijual Shopee agar dapat meningkatkan kualitasnya.
 - b. Meningkatkan nilai koefisien review pelanggan paling rendah, maka

penjual di shopee perlu meningkatkan kualitas produk sehingga timbal balik positif yang diberikan oleh pelanggan.

- c. Dalam penelitian ini, semua variabel berpengaruh positif sehingga disarankan untuk penjual di shopee tetap mempertahankan kualitasnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa yang dilakukan lebih mendalam dengan menambah variabel independen lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian agar semakin lengkap informasi yang didapatkan responden dengan menggunakan obyek penelitian dan populasi yang berbeda untuk memvalidasi hasil penelitian ini. Misal Promosi, Kelengkapan Produk

title download

Kurniasari, Rika Devi, and Agung Utama. 2018. "The Effect Of Product Innovation, Product Creativity, and Product Quality On Competitive Advantage Case Study Of Handicraft Penceng Gondok 'Akar')." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 11(1): 1-10.

Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, and Ferdy Roring. 2021. "Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Guil Choir Feb Ansrat)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11(1): 1-10.

MS, Mooriana Melia, Dwi Putra Buana Sakti, and Lalu Rudy Herman Mulyono. 2022. "Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Menggunakan Media Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whittening." *Unram Management Review* 11(1): 1-10.

Yuliana, Rahmi, and Setyo Pantawis. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Green Marketing Terhadap Pembelian Lang Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Di Kota Semarang." 4(April): 1-10.

DAFTAR PUSTAKA

Orbaini, Pratiwi. 2021. "Jurnal Bisnis Dan Manajemen PENGARUH COSSOR OLIOTIG DOK REVIEW TERHADAP." 7(1): 25-30.

Darmansah, Aprilia, and Sri Yanthy Yosepha. 2020. "Aprillia Darmansah 1, Sri Yanthy Yosepha 2." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya* 11(1): 1-10.

Hikmah. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Di Kota Batam." *Journal of Business and Economics Reaserch (JBE)* 11(1): 1-10.

Istiqomah, L., and U Usman. 2021. "Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai" *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan ...* 11(1): 1-10. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem/article/view/11111> <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem/ar>