

ABSTRAK

Samuel Gea NIM: 7202250005. Pengaruh *Review* Dan *Rating Online* Dari *Customer* Terhadap Keputusan Pembelian Di E Commerce Blibli.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2020).

Skripsi ini dilaksanakan di jurusan Manajemen, yang merupakan bagian dari Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari *review* dan *rating online* terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, khususnya pada angkatan 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, khususnya menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Data dievaluasi dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan *review online* dari *costumer* tidak memiliki dampak positif yang nyata terhadap keputusan pembelian di e-commerce Blibli.com.

Temuan ini menunjukkan bahwa peringkat pelanggan online memberikan dampak yang menguntungkan dan substansial terhadap keputusan pembelian dalam platform e-commerce Blibli.com. Berdasarkan analisis statistik, telah ditetapkan bahwa *review* dan *rating online* memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2020.

Kata Kunci: *Review Online, Rating Online, Keputusan Pembelian, Blibli.com.*

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Samuel Gea NIM: 7202250005. *The influence of online reviews and ratings from customers on purchasing decisions in Blibli.Com e-commerce (case study on students majoring in Management, Faculty of Economics, State University of Medan, class of 2020).*

This thesis was conducted in the Management Department, which is part of the Faculty of Economics at Medan State University. The purpose of this study was to determine the impact of online reviews and ratings on purchasing decisions for students majoring in management at the Faculty of Economics, Medan State University, especially in the class of 2020. This research uses a quantitative descriptive approach, specifically using simple linear regression analysis techniques. Data were evaluated using SPSS 23.0 software. The results showed that online reviews from customers did not have a real positive impact on purchasing decisions in Blibli.com e-commerce.

The findings suggest that online customer ratings have a favorable and substantial impact on purchasing decisions in the Blibli.com e-commerce platform. Based on statistical analysis, it has been established that online reviews and ratings have a strong and positive influence on purchasing decisions of students of the Department of Management, Faculty of Economics, Niegeri Medan University Class of 2020.

Keywords: Online Reviews, Online Ratings, Buyer Decisions, Blibli.com.

THE
Character Building
UNIVERSITY