

ABSTRACT

VICKY YANTI

03011190023

THE INFLUENCE OF ONLINE REVIEW, PRODUCT DIVERSITY AND ONLINE RATING ON CUSTOMERS PURCHASE INTENTION AT SOCIOLLA

(xv, 81 pages; 9 figures; 37 tables; 10 appendixes)

Sociolla was founded in 2015 to provide better experience of beauty online shopping nationally. The aim of this research is to analyze whether online review, product diversity, and online rating have partial and simultaneous influence on customers purchase intention at Sociolla.

Marketing is comprised of an incredibly broad and diverse set of strategies. online review, product diversity, and online rating have an important role in shaping customers purchase intention. Online review, product diversity, and online rating highly connected with customers purchase intention, revenues and positive reviews.

The writer used quantitative, descriptive and causal approach. The sampling technique used was convenience sampling. The sample size was 180 Customers at Sociolla.

This research also passed the validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity. The results of hypothesis test showed that Online Review, Product Diversity, and Online Rating have influence on Customers Purchase Intention at Sociolla at either partial or simultaneous.

Recommendations for Sociolla include can utilize online reviews as a promotional tool to customers, increase local skincare and makeup brands and can ensure that all ratings given are responded to properly,

Keywords: Online Review, Product Diversity, Online Rating Customers Purchase Intention
References: 27 (2020-2024)

ABSTRAK

VICKY YANTI

03011190023

PENGARUH ONLINE REVIEW, KERAGAMAN PRODUK DAN PERINGKAT ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SOCIOLLA

(xv, 81 halaman; 9 gambar; 37 tabel; 10 lampiran)

Sociolla didirikan pada tahun 2015 untuk memberikan pengalaman belanja online kecantikan yang lebih baik secara nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah ulasan online, keragaman produk, dan peringkat online memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli pelanggan di Sociolla.

Pemasaran terdiri dari serangkaian strategi yang sangat luas dan beragam. Ulasan online, keragaman produk, dan peringkat online memiliki peran penting dalam membentuk minat beli pelanggan. Ulasan online, keragaman produk, dan peringkat online sangat berhubungan dengan minat beli pelanggan, pendapatan, dan ulasan positif.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling. Jumlah sampel sebanyak 180 pelanggan Sociolla.

Penelitian ini juga telah lolos uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ulasan online, keberagaman produk, dan peringkat online memiliki pengaruh terhadap minat beli pelanggan di Sociolla baik secara parsial maupun simultan.

Rekomendasi untuk Sociolla antara lain dapat memanfaatkan online review sebagai alat promosi kepada pelanggan, memperbanyak merek skincare dan makeup lokal dan dapat memastikan bahwa semua rating yang diberikan ditanggapi dengan baik,

Kata kunci: Ulasan Online, Keragaman Produk, Rating Online, Minat Beli Pelanggan
Referensi 27 (2020-2024)