

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*  
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH  
NOVITA EKA RAMADHANI  
20612010025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN  
2024**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*  
TERHADAP MINAT BELI PADA *E-COMMERCE SHOPEE*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan)**

**USULAN PENELITIAN**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH  
NOVITA EKA RAMADHANI  
20612010025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN  
2024**

## PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

**Hari** : Kamis  
**Tanggal** : 08 Agustus 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan**



**Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph. D**  
NIDN. 0015097701

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *online customer review* terhadap minat beli pada *e-commerce* shopee (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas Sumatera Selatan). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas Sumatera Selatan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sehingga didapat sampel sebanyak 85 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *online customer review* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* shopee dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $11,741 > 1,98896$ ) dengan nilai signifikan  $< 0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci :** *online customer review*, minat beli

## ABSTRAK

*This study aims to determine how the influence of online customer reviews on buying interest in e-commerce shopee (case study on students of the faculty of economics, University of South Sumatra). This type of research is quantitative. The population in this study were students of the faculty of economics, University of South Sumatra. The sampling method used was purposive sampling so that a sample of 85 people was obtained. The results showed that (1) online customer review has a positive and significant effect on buying interest in shopee e-commerce with a value of  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $11.741 > 1.98896$ ) with a significant value of  $< 0.001 < 0.05$ .*

**Keywords:** online customer review, purchase intention