

## ABSTRAK

**Susatio Hudan Abdurrohman, 2019; Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace (Survey pada pengguna aplikasi belanja daring Shopee). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani & Andrian Haro, S.Si, MM**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian dan pengaruh Ulasan Pelanggan terhadap keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang sudah pernah membeli dan menggunakan aplikasi belanja daring Shopee. Analisis data menggunakan SPSS versi 22. untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) Persepsi Resiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Ulasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** persepsi resiko, persepsi kemudahan penggunaan, ulasan pelanggan, keputusan pembelian, Belanja Daring.

## **ABSTRACT**

***Susatio Hudan Abdurrohman, 2019; The Analyze of Effect of Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Online Consumer Reviews toward Purchase Decision in a Marketplace (Survey on Shopee Application User). Thesis, Jakarta: Management Studies Program, Management Department, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta, Advisory: Dra. Basrah Saidani & Andrian Haro, S.Si, MM.***

*The purpose of this study was to analyze the effect of Risk Perception on Purchasing Decisions, the effect of Ease of Use Perception on Purchasing Decisions and the influence of Customer Reviews on purchasing decisions. Methods of collecting data using survey methods with instruments in the form of questionnaires. The object of this research is 200 respondents who have already bought and used Shopee's online shopping application. Data analysis using SPSS version 22. to process and analyze the research data. The results of hypothesis testing show: 1) Risk Perception has a significant effect on Purchasing Decisions, 2) Perception of Ease of Use has a significant effect on purchasing decisions, 3) Customer Reviews have a significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** *risk perception, perceived ease of use, customer reviews, purchasing decisions, online shopping.*