

ABSTRACT

Robiatul Adewiyah, The role of product reviews and prices in online shopping on purchasing decisions and consumer satisfaction in MS Glow skin care (Study at MS Glow Bangkalan Store). Under the guidance of Dr. Suyono, SE., M.S.M Management Study Program, Trunojoyo University, Madura.

The purpose of this study was to determine the role of product and price reviews in doing online shopping on purchasing decisions and consumer satisfaction at Skincare MS Glow Bangkalan Store. This research method uses Quantitative Methods. The data used are Primary Data and Secondary Data. The research data was obtained by distributing questionnaires to respondents using a Likert scale using a sample of 100 respondents. The population used in this study were MS Glow users in Bangkalan. The sample used in this study is consumers who have online shopping experience for Ms Glow products through the Shopee application and are domiciled in the Bangkalan area. In this study, the sampling method used the Purposive Sampling technique and the analysis tool used Descriptive Statistical Analysis with the help of the PLS SEM program. The result data obtained from testing using SEM PLS 3.0 is that the product review construct has a positive and significant influence on purchasing decisions, the price construct has a positive and significant influence on purchasing decisions, the product review construct has a positive but not significant effect on consumer satisfaction, the price construct has positive and significant influence on consumer satisfaction, purchase decision constructs have a positive and significant influence on customer satisfaction, purchasing decisions can mediate a positive and significant influence on product reviews on consumer satisfaction, purchasing decisions can mediate a positive and significant effect on prices on customer satisfaction.

Keywords : Product Review, Price, customer satisfaction, and buying decision

ABSTRAK

Robiatul Adewiyah, Peran review produk dan harga dalam melakukan belanja online terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada skincare MS Glow (Studi Pada MS Glow Bangkalan Store). Dibawah bimbingan Dr. Suyono, SE., M.S.M Program Studi S-1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui peranan produk review dan harga dalam melakukan belanja online terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada Skincare MS Glow Bangkalan Store. Metode penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan skala likert dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna MS Glow di Bangkalan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman berbelanja online produk Ms Glow melalui aplikasi Shopee dan berdomisili di wilayah Bangkalan. Dalam penelitian ini pengambilan sampelnya menggunakan metode teknik Purposive Sampling dan alat analisisnya menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dengan bantuan program SEM PLS. Hasil data yang diperoleh dari pengujian menggunakan SEM PLS 3.0 adalah Konstruk *review produk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, konstruk harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, konstruk review produk memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, konstruk harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, konstruk keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, keputusan pembelian dapat memediasi pengaruh positif dan signifikan terhadap review produk dengan kepuasan konsumen, keputusan pembelian dapat memediasi pengaruh positif dan signifikan terhadap harga dengan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Review Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian