

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui membangun kepercayaan pelanggan untuk berbelanja *online* di *platform* Shopee pada Erigo *Official Shop*. Dikarenakan banyaknya penipuan yang terjadi pada *platform* Shopee seperti, produk yang tidak sesuai pada saat barang dikirim/tidak dikirim meskipun sudah terjadi pembayaran dan pelanggan hanya bisa melihat produk melalui gambar/deskripsi yang tidak bisa pelanggan rasakan. Trend berbelanja *online* semakin meningkat, namun banyak juga penipuan dalam berbelanja *online*. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk membangun kepercayaan agar pelanggan tidak ragu-ragu berbelanja *online* di *platform* Shopee. Maka peneliti ingin membangun kepercayaan pelanggan dengan menggunakan 3 variabel *customer review*, *rating*, dan kualitas pelayanan.

Populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang pernah membeli di Erigo *Official Shop* di *platform* Shopee yang mempunyai jumlah tidak terbatas (*infinite*). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Anggota sampel sebanyak 100 responden yang melakukan kepercayaan pelanggan pada Erigo *Official Shop* di *platform* Shopee yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji kelayakan model menggunakan uji f, koefisien determinasi berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada Erigo *Official Shop* di *platform* Shopee. Serupa dengan *rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada Erigo *Official Shop* di *platform* Shopee. Demikian juga dengan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada Erigo *Official Shop* di *platform* Shopee.

Kata Kunci: *Customer Review*, *Rating*, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan.

ABSTRACT

Many scams happen in online shopping, such as in Shoppe. Customers receive unsuitable products when they are delivered or the products are not delivered although the payment had been accepted. Another problem is customers cannot feel the product since they can only see them through pictures/descriptions. This research aimed to analyze and find out how to build customers' trust in Shopee online shopping at Erigo Official Shop. It was also to make sure the customers were not to be doubtful about having online shopping in Shopee. Therefore, there were 3 variables, namely customers reviews, ratings, and service quality which were analyzed.

The population was active students of STIESIA Surabaya who had bought the products through Shopee in the Erigo Official Shop and with an unlimited number (infinite). Moreover, the research was quantitative. The data collection technique used purposive sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the instrument in the data collection technique used questionnaires. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS. While the instrument testing used validity and reliability tests. Meanwhile, the proper model test used F-test, multiple determination coefficient, also the hypothesis test using a t-test.

The result concluded that customer reviews had a significantly positive effect on customers' trust. Likewise, the ratings had a significantly positive effect on customers' trust. Similarly, service quality had a significantly positive effect on customers' trust in Shopee online shopping at Erigo Official Shop.

Keywords: *Customer Reviews, Ratings, Service Quality, Customers' Trust.*

