

ABSTRAK

Kesempurnaan diri merupakan faktor yang cukup penting dalam menompang penampilan salah satunya dengan menggunakan *skincare*. Banyak konsumen yang membeli suatu produk menggunakan *e-commerce* salah satunya pembelian produk *skincare*. Maka dirasa penting untuk mengetahui *review product* sebelum konsumen membeli. *Review product* adalah suatu ulasan dimana konsumen memberikan pengalaman tersebut dengan menuliskan, menceritakan dan menilai produk tersebut dengan tingkat kepuasan yang konsumen rasakan. Keputusan pembelian adalah keputusan akhir yang harus dibuat konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa berdasarkan pertimbangan tertentu. *Review product* yang ada menjadi salah satu pemicu penjualan serta keputusan dalam pembelian. Sebelum konsumen membeli suatu produk di situs belanja online, konsumen dibiasakan untuk mencari informasi yang dapat dicari dengan berbagai cara, salah satunya dengan melihat informasi yang dapat diakses seperti *review product*.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *Review Product* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di *e-commerce shopee* di wilayah kelurahan sarijadi menggunakan metode Analisis Regresi Sederhana dengan mengambil 245 responden dari populasi berjumlah 1.972 jiwa sebagai sampel penelitian. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Issac dan Michael dengan taraf kesalahan 10%.

Dari hasil analisa data menunjukkan arah yang searah tidak berlawanan, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *Review Product* terhadap keputusan pembelian. Derajat kedekatan, suatu relasi yang terjadi antara variabel diperoleh nilai sebesar $r = 0,691$. Nilai ini menunjukkan korelasi yang signifikan antara *Review Product*(X) dengan Keputusan Pembelian(Y).

Kata Kunci: *Review Product*, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Sederhana

ABSTRACK

Self-perfection is a fairly important factor in supporting one's appearance by using skincare. Many consumers buy a product using e-commerce, one of which is the purchase of skincare products. So it is important to know product reviews before consumers buy. Product review is a review where consumers provide the experience by writing, telling and assessing the product with the level of satisfaction that consumers feel. Purchasing decisions are the final decisions that consumers must make to buy an item or service based on certain considerations. product reviews are one of the triggers for sales and purchasing decisions. Before consumers buy a product on an online shopping site, consumers are accustomed to looking for information that can be searched in various ways, one of which is by looking at accessible information such as product reviews.

This study is intended to determine the effect Product Review on purchasing decisions for skincare at e-commerce shopee in the Sarijadi sub-district area using the Simple Regression Analysis method by taking 245 respondents from a population of 1,972 people as research samples. The formula used in this study uses Isaac and Michael with an error rate of 10%.

From the results of data analysis shows that the direction is not opposite, then there is a partially significant influence between Product Review on purchasing decisions. The degree of proximity, a relationship that occurs between variables obtained a value of $r = 0.691$. This value shows a significant correlation between Product Review (X) and Purchase Decision (Y).

Keywords: Product Review, Purchase Decision, Simple Linear Regression