

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA USAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA TOKOPEDIA**

(Survei Konsumen Tokopedia di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

RAHMA NABILA AZZAHRA

1910521009

Dosen Pembimbing:

Dr. Eri Besra, SE, MM

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023



No. Alumni Universitas	Rahma Nabila Azzahra	No. Alumni Fakultas
------------------------	-----------------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Padang/01 Juni 2001, b) Nama Orang Tua : Hendri Azmi dan Hilma Tessi, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen : Manajemen, e) No Bp :1910521009, f) Tanggal Lulus : 16 Februari 2023, g) Prediket Lulus: Dengan Pujian, h) IPK : 3,65 i) Lama Studi : Tiga Tahun Lima Bulan, j) Alamat Orang Tua : Jln. Sungai Balang no 35,C, Kec. Lubuk Kilangan, Kel. Bandar Buat, Kota Padang

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA USAGE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA TOKOPEDIA
(Survei Konsumen Tokopedia di Kota Padang)**

Skripsi oleh Rahma Nabila Azzahra
Pembimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media usage*, *online customer review*, dan *perceived risk* terhadap *purchase decision* pada Tokopedia di Kota Padang. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang telah melakukan pembelian di Tokopedia, jumlah sampel sebanyak 139 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik *nonprobability sampling* dan menggunakan pengukuran skala likert 1-5. Pengelolaan data penelitian dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan variabel *social media usage* berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*, variabel *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*, sedangkan variabel *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *purchase decision*.

Kata Kunci : *Social Media Usage, Online Customer Review, Perceived Risk, Purchase Decision*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 16 Februari 2023

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Eri Besra, SE, MM	Suziana, SE, MM, PhD	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, PhD
NIP. 197106242006041007



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: