

ABSTRAK

THE ROLE OF SHOPEE VIRAL MARKETING STRATEGIES IN PREDICTING CUSTOMER TRUST AND PURCHASE DECISION

Oleh:

Retna Dwi Rusfanti
B1023191056

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat, organisasi dan perusahaan adalah internet. Adanya fenomena *viralitas* konten di media sosial ini memberikan dampak signifikan dan dijadikan metode strategi terbaru bagi para kalangan pebisnis. *Viral marketing* adalah teknik pemasaran yang bertujuan agar orang secara sukarela mau menyampaikan pesan pemasaran kepada orang lain. *Online customer review* merupakan sebagai salah satu media konsumen melihat review dari konsumen lain terhadap suatu produk, layanan perusahaan dan tentang bagaimana sebuah perusahaan produsen. Kepercayaan adalah faktor utama yang menentukan keberhasilan *platform E-commerce*. Keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian ini akan melihat sejauh mana pengaruh *viral marketing* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian dengan *online trust* sebagai *intervening variable* pada *e-commerce* Shopee. Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini akan diuji dengan pendekatan desain kausal. Adapun alat uji untuk melihat hubungan variabel independen dan variabel dependen menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat bantu statistik AMOS 26. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 250 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *viral marketing* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *online trust*. Adapun *viral marketing* dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan memainkan peran mediasi yang signifikan terhadap *viral marketing* dan *online customer review*.

Kata kunci: *viral marketing*, *online customer review*, *online trust*, keputusan pembelian, *E-Commerce*, *Shopee Platform*.

ABSTRACT

THE ROLE OF SHOPEE VIRAL MARKETING STRATEGIES IN PREDICTING CUSTOMER TRUST AND PURCHASE DECISION

By:

**Retna Dwi Rusfanti
B1023191056**

***Faculty of Economic and Business
Tanjungpura University***

The phenomenon of the virality of content on social media has spawned the most recent advertising strategies for businesses. Viral marketing is a marketing strategy that encourages people to spread marketing messages to others voluntarily. Meanwhile, online customer review is a forum for exchanging customer opinions when viewing reviews from other customers on a product. Trust is the main factor that determines the success of an E-commerce platform. Customer purchasing decisions are part of customer behavior, namely the study of how individuals, groups and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas or experiences to satisfy their needs and wants. This research examined how viral marketing and online customer reviews influenced purchasing decisions with online trust as an intervening variable in Shopee e-commerce. The hypothesis built in this study was tested by using a causal design approach. The test tool used Structural Equation Modeling (SEM) with the AMOS 26 statistical tool to see the relationship between the independent and dependent variables. The data collection method used a questionnaire with 250 respondents. The results of this study indicated that viral marketing and online customers had a positive and significant effect on online trust. As for viral marketing and online customer reviews, they positively and significantly affected purchase decisions. In conclusion, online trust positively and significantly affects purchase decisions and significantly influences viral marketing and online customer reviews.

Keywords: viral marketing, online customer review, online trust, purchase decision, e-commerce, shopee platform.