

ABSTRAK

SYAMSU ALAM. 2026. *Pengaruh Ulasan Produk Pada Platform Tokopedia terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Arniati dan Sri Andayaningsih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan produk pada platform Tokopedia terhadap keputusan pembelian konsumen di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna Tokopedia. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, serta uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi/R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas, kuantitas, kredibilitas, dan valensi ulasan yang tersedia semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Ulasan produk berperan sebagai sumber informasi utama yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta mengurangi ketidakpastian dalam transaksi online. Dengan demikian, pengelolaan ulasan produk yang baik menjadi strategi penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di platform e-commerce.

Kata Kunci: *Ulasan Produk, Keputusan Pembelian, E-Commerce, Tokopedia, Perilaku Konsumen*