

# ***ANALYSIS OF ONLINE PURCHASE DECISIONS AT THE TOKOPEDIA MARKETPLACE***

***By Marni Dewi Yanti***

## ***Abstract***

*Tokopedia is one of several Marketplaces in Indonesia that gives everyone, umkm and brands the opportunity to open and develop an Online store whose services can be used for free by everyone. This study aims to determine what influences Online purchasing decisions on the Tokopedia Marketplace, which includes services quality and E-Word of Mouth. This research uses a quantitative approach with primary data source. The sample in this study amounted to 100 respondents who were Tokopedia users using non-probability sampling techniques by means of convenience sampling. Data collection uses an e-questionnaire (google form) which is distributed Online through social networks. The data analysis technique was processed using Partial Least Square (PLS). The results of data analysis show that : (1) Service Quality has a significant effect on Purchasing Decisions Online at the Tokopedia Marketplace (2) E-Word of Mouth has a significant effect on Purchasing Decisions on the Tokopedia Marketplace*

***Keywords : Service Quality, E-Word of Mouth, Purchasing Decisions.***

# ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

Oleh Marni Dewi Yanti

## Abstrak

Tokopedia adalah satu dari beberapa *Marketplace* yang ada di Indonesia yang memberi kesempatan pada semua orang, umkm dan merek untuk berkesempatan membuka dan mengembangkan toko *Online* yang layanannya dapat digunakan dengan gratis oleh semua orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *Online* pada *Marketplace* Tokopedia, yang mencakup kualitas pelayanan dan *E-Word of Mouth*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang merupakan pengguna Tokopedia dengan menggunakan teknik non probability sampling dengan cara convenience sampling. Pengumpulan data menggunakan e-kuesioner (formulir google) yang disebarakan secara *Online* melalui jejaring social. Teknik analisis data diolah menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil analisis data menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Tokopedia (2) *E-Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada *Marketplace* Tokopedia.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, *E-Word of Mouth*, Keputusan Pembelian