

RANGKUMAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* dan *e-servicescapes* terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli *online* pada pengguna situs belanja online Shopee. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, daya tarik estetika, tata letak, keamanan finansial sebagai variabel bebas, kepercayaan konsumen dan minat beli sebagai variabel terikat.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan pengguna internet aktif dan pernah menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee di Kota Purwokerto. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 107. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan regresi linier bertahap menggunakan SPSS (Statistical Program Social Science).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, daya tarik estetika, keamanan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, tata letak berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen, dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*.

Implikasi dari penelitian ini Shopee perlu membangun dan mengembangkan strategi promosi melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Shopee perlu meningkatkan pada aspek daya tarik estetika yang positif, dengan membuat dan mengatur desain *website* yang praktis dengan tampilan yang menarik, foto atau gambar yang asli, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta mampu memberikan kesenangan atau hiburan bagi konsumen. Shopee disarankan untuk tidak terlalu fokus pada tata letak *website*, karena konsumen cenderung lebih memprioritaskan variabel lain dalam penelitian ini. Shopee perlu meningkatkan keamanan finansial secara *online*, peningkatan pada aspek keamanan finansial dapat membuat konsumen semakin percaya pada *website* perusahaan. Shopee perlu meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan kepercayaan yang tinggi maka akan menimbulkan minat beli *online* di *e-commerce* Shopee.

Kata kunci : *Electronic word of mouth*, *e-servicescapes*, kepercayaan konsumen, dan minat beli.

SUMMARY

This study aims to analyze the effect of electronic word of mouth and e-servicescapes on consumer trust and online purchase intention in Shopee online shopping site users. The variables used in this study are electronic word of mouth, aesthetic appeal, layout, financial security as independent variables, consumer trust and purchase intention as the dependent variable.

The population in this study are people who are active internet users and have used the Shopee e-commerce application in Purwokerto. The sample used in this study was 107. Samples were taken by purposive sampling method. The data in this study were analyzed by stepwise linear regression using SPSS (Statistical Social Science Program).

The results showed that electronic word of mouth, aesthetic appeal, financial security had a positive and significant effect on consumer trust, layout had a positive effect but was not significant on consumer trust, and consumer trust had a positive and significant effect on online purchase intention.

The implications of this research Shopee needs to develop and develop promotion strategies through word of mouth communication. Shopee needs to improve on the positive aspects of aesthetic appeal, by creating and managing a practical website design with an attractive appearance, original photos or images, using language that is easy to understand and able to provide pleasure or entertainment for consumers. Shopee is advised not to focus too much on the layout of the website, because consumers tend to prioritize other variables in this study. Shopee needs to improve financial security online, an increase in the aspect of financial security can make consumers increasingly trust the company's website. Shopee needs to increase consumer trust, with high trust it will generate purchase intention online at Shopee e-commerce.

Keywords: *Electronic word of mouth, e-seviscapes, consumer trust, and purchase intention.*