

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya jumlah *e-commerce* yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan yang tidak dapat dihindari dalam industri *e-commerce*. Hal tersebut menyebabkan *marketplace* di Indonesia terus bersaing untuk mendominasi pasar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan *marketplace* untuk memenangkan persaingan adalah dengan cara meningkatkan Minat Beli Pelanggan Tokopedia yang kemudian akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ulasan Pelanggan, Gratis Ongkos Kirim, dan Pengembalian Dana terhadap Keputusan Pembelian dengan peran Minat Beli sebagai variabel penengah pada objek Pelanggan Tokopedia di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 205 responden dengan kriteria responden berdomisili atau sedang tinggal di Kota Semarang dan pernah bertransaksi melalui Tokopedia dalam 3 bulan terakhir (Desember - Februari 2022 - 2023). Penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Model (SEM) dengan AMOS sebagai alat pengolahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ulasan Pelanggan, Gratis Ongkos Kirim, Pengembalian Dana serta Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penjual untuk dapat meningkatkan kualitas produk agar mendapatkan review yang positif dari konsumen serta menerapkan strategi promosi harga yang optimal sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Ulasan Pelanggan, Gratis Ongkos Kirim, Pengembalian Dana, Minat Beli, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, *E-commerce*