

## **PENGARUH ULASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ELEKTRONIK DI TOKOPEDIA**

Muhammad Mazza Markiz<sup>1</sup>, Abdurrahman Jemat<sup>2</sup>  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara no.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510  
mazzamarkiz1998@student.esaunggul.ac.id

---

### ***ABSTRACT***

---

This study aims to determine whether product reviews have an influence on the intention to buy electronic products at Tokopedia. The researcher used a quantitative approach with a survey method which was carried out by distributing research questionnaires to Tokopedia user accounts at Keroncong Permai Housing as many as 50 respondents. This study uses the theory of the Elaboration Likelihood Model. In this study, the ELM theory is used to analyze how a person processes a persuasive message in a product review through a cognitive process within himself that will have an impact on buying interest in electronic products at Tokopedia. Information that is universal can have a different impact on everyone who reads it. Based on the identity of the respondents, 40 male respondents were more dominant, while 10 female respondents. Based on the dominant age group, 35–45 years old was 36%.

**Keywords:** *Product Reviews, Purchase Interest, Electronic Products at Tokopedia*

---

### ***ABSTRAK***

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ulasan produk memiliki pengaruh terhadap minat beli produk elektronik di Tokopedia. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada akun pengguna Tokopedia di Perumahan Keroncong Permai sebanyak 50 responden. Penelitian ini menggunakan teori Elaboration Likelihood Model pada Penelitian ini teori ELM digunakan untuk menganalisis bagaimana seseorang memproses sebuah pesan persuasif dalam ulasan produk melalui proses kognitif dalam dirinya yang akan berdampak pada minat pembelian produk elektronik di Tokopedia. Suatu informasi yang bersifat universal dapat memberikan dampak yang berbeda bagi setiap orang yang membacanya Berdasarkan identitas responden responden berjenis kelamin laki – laki lebih dominan sebanyak 40 responden, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 10 responden. Berdasarkan kelompok usia yang paling dominan berusia 35–45 tahun sebesar 36%. **Kata Kunci:** *Ulasan Produk, Minat Beli, Produk Elektronik di Tokopedia*