

ABSTRACT

**THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW IN MODERATING
ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON BRAND TRUST
(Cases of Bukalapak Users)**

By:

Irfan Maulana Firmansyah

193402171

Under the guidance of:

Asep Budiman

R. Lucky Radi Rinandiyana

The objective of this research is to find out how electronic service quality influences brand trust with moderating online customer review. This research was designed using a survey method by distributing questionnaires to 205 respondents who are Bukalapak users in Indonesia who have shopped using Bukalapak and are over 18 years old, using a purposive sampling technique. The analytical tool used in this research is Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study prove that electronic service quality has an influence on brand trust, and online customer review has an influence in moderating the relationship between electronic service quality and brand trust.

Keywords: Electronic Service Quality, Brand Trust, Online Customer Review.

ABSTRAK

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DALAM MEMODERASI *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND TRUST* (Kasus Pada Pengguna Bukalapak)

Oleh:

Irfan Maulana Firmansyah

193402171

Di bawah bimbingan:

Asep Budiman

R. Lucky Radi Rinandiyana

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic service quality* terhadap *brand trust* dengan moderasi *online customer review*. Penelitian ini dirancang dengan jenis *survey method* dengan membagikan kuesioner kepada 205 responden yang merupakan pengguna Bukalapak di Indonesia yang pernah berbelanja menggunakan Bukalapak, dan berusia di atas 18 tahun, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian membuktikan bahwa *electronic service quality* memiliki pengaruh terhadap *brand trust*, dan *online customer review* memiliki pengaruh dalam memoderasi hubungan antara *electronic service quality* terhadap *brand trust*.

Kata Kunci: *Electronic Service Quality, Brand Trust, Online Customer Review*.