

***THE EFFECT OF FAKE REVIEWS ON RISK PERCEPTION AND  
REPURCHASE INTEREST AMONG MARKETPLACE CONSUMER IN  
INDONESIA***

***ABSTRACT***

***By***

***Adji Agung Penggalih***

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of fake reviews on risk perception and repurchase interest in marketplace consumers in Indonesia. In this study using quantitative research methods with Cluster Sampling sampling technique. The population in this study are marketplace consumers throughout Indonesia. With a sample of 385 respondents. The process of collecting data using a questionnaire via a google form link with answers measured using a Likert scale. This study uses a data analysis method with structural equations (SEM) for validity and reliability testing, while the structural model is used for causality testing (testing hypotheses with predictive models) with the help of Smart PLS. The results of this study indicate that the fake review variable together has a significant influence on the risk perception variable and repurchase interest on marketplace consumers in Indonesia.*

***Keywords: Fake Review, Risk Perception, Repurchase Interest, Marketplace***

# **PENGARUH *FAKE REVIEW* TERHADAP PERSEPSI RISIKO DAN MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN *MARKETPLACE* DI INDONESIA**

## **ABSTRAK**

**Oleh**

**Adji Agung Penggalih**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Fake Review* Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Beli Ulang Pada Konsumen *Marketplace* Di Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Cluster Sampling*. Adapun populasi pada penelitian ini adalah konsumen *marketplace* di seluruh Indonesia. Dengan jumlah sampel 385 responden. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui link google form dengan jawaban yang diukur menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan persamaan struktural (*SEM*) uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) dengan dibantu *Smart PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *fake review* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel persepsi risiko dan minat beli ulang pada konsumen *marketplace* di Indonesia.

**Kata Kunci** : *Fake Review, Persepsi Risiko, Minat Beli Ulang, Marketplace*