

***THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND CONTENT
VISUAL ON INTEREST IN BUYING PRODUCT KULINER LAMPUNG VIA
SOCIAL COMMERCE TIKTOK SHOP IN THE COMUNITIES BANDAR
LAMPUNG***

ABSTRACT

By

Wahyu Ferdi

This research aims to test the influence of consumer reviews and visual content on interest in purchasing Lampung culinary products through Social Commerce at the TikTok Shop among the people of Bandar Lampung city. In determining the number of samples in determining respondents, researchers used the Hair theory in Ferdinand's book (2006), namely the number of indicators multiplied by 5 to 10. In this study there were 13 indicators, so the number of respondents was 130 respondents. This research method uses a quantitative approach using primary data in the form of a questionnaire distributed to the entire research population. The data in this research will be tested using several stages of testing, including descriptive statistical tests, data quality tests consisting of (validity test, reliability test), and testing all hypotheses through the coefficient of determination test, partial test (t test) and simultaneous test (f test). The results of this research show that consumer reviews and visual content together have a positive and significant effect on purchasing interest in Social Commerce among the people of Bandar Lampung city.

Keywords: *Consumer Reviews, Visual Content, Purchase Interest*

**PENGARUH ULASAN KONSUMEN DAN VISUAL KONTEN
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KULINER LAMPUNG
MELALUI SOCIAL COMMERCE DI TIKTOK *SHOP* PADA
MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG**

ABSTRAK

Oleh

Wahyu Ferdi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ulasan konsumen dan visual konten terhadap minat pembelian produk kuliner Lampung melalui *Social Commerce* di TikTok *Shop* pada masyarakat kota Bandar Lampung. Penentuan jumlah sampel dalam menetapkan responden, peneliti menggunakan teori Hair dalam buku Ferdinand (2006), yakni jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 13 Indikator, maka besarnya responden adalah 130 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner yang disebarikan kepada seluruh populasi penelitian. Data dalam penelitian ini akan diuji dengan beberapa tahapan pengujian, diantaranya yaitu uji statistik deskriptif, uji kualitas data yang terdiri dari (uji validitas, uji reliabilitas), dan pengujian seluruh hipotesis melalui uji koefisien determinasi, uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan konsumen dan visual konten secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat pembelian di *Social Commerce* pada masyarakat kota Bandar Lampung.

Kata Kunci : Ulasan Konsumen, Visual Konten, Minat Pembelian