

ANALISIS *ONLINE CUSTOMER REVIEW* CV ABANKIRENK YOGYAKARTA

Muhammad Farras Utama

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di CV Abankirenk Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui persepsi konsumen mengenai penerapan *Online Customer Review* pada produk buku tahunan yang dibuat perusahaan CV Abankirenk. Populasi dalam penelitian ini, yang akan digunakan untuk melakukan analisis adalah data pelanggan dari CV Abankirenk dengan jumlah populasi sebanyak 179 pelanggan yang ada di daerah Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Teknik perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Pengujian statistik yang digunakan adalah analisis uji validitas, uji reliabilitas, dan rata-rata hitung (*Arithmetic Mean*). Dari hasil uji validitas $R_{hitung} > R_{tabel}$, sehingga seluruh instrument yang ada pada penelitian ini valid. Untuk hasil uji reliabilitas nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,852 lebih besar dari ketentuan *reliability* sebesar 0,60 yang menunjukkan bahwa instrument penelitian dapat dikatakan *reliable*. Kesimpulan dari penelitian ini mengatakan bahwa analisis yang dilakukan pada *online customer review* CV Abankirenk dengan tiga indikator mendapatkan nilai rata-rata, pada indikator *Intensity* mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,26 termasuk kategori sangat setuju, pada indikator *Valance of Opinion* mendapatkan nilai rata-rata 4,15 termasuk kategori setuju, pada indikator *Content* mendapatkan nilai rata-rata 4,25 termasuk kategori sangat setuju.

Kata Kunci: *Online Customer Review*



ANALISIS OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AT CV ABANKIRENK YOGYAKARTA

Muhammad Farras Utama

Abstract

This research is conducted in Abankirenk Yogyakarta, a creative based limited partnership firm. This research aims to analyze and understand the clients' perception towards Online Customer Review from Abankirenk's newest yearbook product. This research utilizes several sample from Abankirenk's client data, sampled from 179 clients who come from Yogyakarta. These sample are collected by using Purposive Sampling method with 99 respondents as the sample models. The samples were also collected by using a questionnaire method. The statistical testing used in this research also includes validity test, reliability test, and Arithmetic Mean. From the validity test, the value of $R_{count} > R_{table}$, thus all instruments in this research are valid. For the results of the reliability test, the Cronbach's alpha value of 0,852 is greater than the reliability requirement of 0,60 which indicates can be defined reliable. This research concludes that the analysis conducted on Abankirenk's online customer review with three indicators from online customer review's reach the average value on Intensity indicator with the average value of 4,26, which can be included into strongly agree category, Valence of Opinion indicator with the average value of 4,15, and Content indicator with the average value of 4,25 can be comprised into strongly agree category.

Keyword: *Online Customer Review*