

**Pengaruh *Online Consumer Review* Dan Kepercayaan Konsumen  
Terhadap Keputusan Pembelian  
(Studi Kasus Konsumen Shopee Di Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh :**

**Miftakhul Wulandari**

**Dosen Pembimbing :**

**Ratna Dwi Jayanti, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *online consumer review* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptifeksplanatori. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan spss. Dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan *accidental sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Dari data kuesioner terhadap 100 orang responden yang merupakan konsumen Shopee di Jombang adalah menjadi data primer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variable *Online Consumer Review* dan kepercayaan konsumen memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Jombang. Variabel *Online Consumer Review dan Kepercayaan Konsumen* berpengaruh secara signifikan sebesar 73,1% terhadap keputusan pembelian konsumen. *Online consumer review* dapat dilihat dari konsumen sering membaca dan membandingkan ulasan-ulasan. Kepercayaan konsumen adalah kejujuran dari penjual pada saat transaksi dilakukan.

**Kata kunci : *Online Consumer Review*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian**

# **THE EFFECT OF ONLINE CONSUMER REVIEW AND CONSUMER TRUST ON PURCHASING DECISIONS**

**(Case Study of Shopee Consumers in Jombang)**

## **ABSTRACT**

**By : Miftakhul Wulandari**

**Supervisor :**

**Ratna Dwi Jayanti, SE., MM**

This study aims to determine the relationship between online consumer review and consumer confidence in Shopee consumer purchasing decisions in Jombang. The method used in this research is descriptive explanatory method. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis using the help of SPSS. In sampling using nonprobability sampling and accidental sampling techniques, with a total sample of 100 respondents. From the questionnaire data of 100 respondents who are Shopee consumers in Jombang are the primary data.

The results of this study indicate that Based on the results of the study it can be concluded that the Online Consumer Review variable and consumer confidence have a significant relationship to the purchasing decisions of Shopee consumers in Jombang. Online Consumer Review Variable and Consumer Confidence significantly influence 73.1% of consumer purchasing decisions. Online consumer reviews can be seen from consumers who often read and compare reviews. Consumer trust is honesty from the seller at the time the transaction is carried out.

**Keywords: Online Consumer Review, Consumer Confidence, Purchasing Decisions**