

**Pengaruh *E-Trust* dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan  
Pembelian  
(Studi pada Konsumen Tokopedia di Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh:  
Mohammad Abdul Basor  
1761275**

**Dosen Pembimbing:  
Nuri Purwanto., S.ST, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-trust* dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia di Jombang. penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode *explanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder, serta untuk populasi yaitu konsumen Tokopedia di Jombang yang berjumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, pengumpulan data menggunakan angket dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan SPSS versi 21.

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa *e-trust* dan *online consumer review* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-trust* dan *online consumer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Jombang.

**Kata Kunci : *E-Trust*, *Online Consumer Review*, Keputusan Pembelian**

***The Effect of E-Trust and Online Consumer Reviews on Purchase Decisions  
(Study on Tokopedia Consumers in Jombang)***

***ABSTRACT***

***By:***  
**Mohammad Abdul Basor**  
**1761275**

***Mentor:***  
**Nuri Purwanto., S.ST, MM**

*This study aims to determine the effect of e-trust and online consumer review on the purchasing decisions of Tokopedia consumers in Jombang. This research is a type of verification research with a quantitative approach and using explanatory research methods, namely research that explains the relationship between research variables through hypothesis testing.*

*The data in this study include primary and secondary data, as well as for the population, namely Tokopedia consumers in Jombang, totaling 96 respondents. The sampling technique of this study used accidental sampling. The measurement scale uses a Likert scale, data collection uses a questionnaire with data analysis techniques using multiple linear regression analysis and processed using SPSS version 21.*

*The results in the study show that e-trust and online consumer reviews have a significant effect on purchasing decisions. Thus, it can be concluded that e-trust and online consumer reviews affect the purchasing decisions of Tokopedia consumers in Jombang.*

***Keywords: E-Trust, Online Consumer Review, Purchase Decision***