

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

(Studi Kasus Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang Angkatan 2018)

ABSTRAK

Oleh :

Virli Yustin Ramadhani

Dosen Pembimbing :

Nuri Purwanto, S.ST., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Online Customer Review dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan model regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara program studi manajemen angkatan 2018 dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Online Customer Review berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee dengan nilai signifikansi sebesar $0,634 < 0,05$. Sedangkan variabel kepercayaan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee dengan nilai signifikansi sebesar $0,262 < 0,05$. Besarnya pengaruh Online Customer Review dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian sebesar 48,5%, sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Kata kunci : *Online customer review*, kepercayaan, keputusan pembelian

***INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND TRUST ON
PURCHASE DECISIONS ON THE MARKETPLACE SHOPEE
(Case Study of STIE PGRI Dewantara Jombang Students Batch 2018)***

ABSTRACT

By :

Virli Yustin Ramadhani

Mentor :

Nuri Purwanto, S.ST., MM

This research aims to know online customer review and trust to the purchasing decisions on the Shopee marketplace. This research conducted on college students of STIE PGRI DewantaraJombang class of 2018. The kind of this research included in quantitative research with data analysis using multiple linear regression model. The population in this research is college students of STIE PGRI DewantaraJombangmanajemen study program class of 2018 with a sample of 100 students.

Based on the research indicate that online customer review variable influenced to the purchasing decisions on Shopee marketplace with the significant score as $0,634 < 0,05$. Its trust variable influenced to the purchasing decisions on Shopee marketplace with the significant score as $0,262 < 0,05$. While simultaneously indicated result that online customer review variable and trust variable as 48,5% while 51,5% left influenced by other factors were not included in this research.

Keywords : Online customer review, trust, purchasing decision