ABSTRAK

Salsa Aprilia Kartini, NIM 3402220184. "Pengaruh Sistem Pembayaran COD dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ar21_Sport Pengguna TikTok Shop)". Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M (Pembimbing I) dan Enjang Nursolih, S.H., M.M (Pembimbing II).

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara *online.* Berbagai fitur yang ditawarkan *platform,* seperti sistem pembayaran *Cash on Delivery (COD)* dan informasi *online customer rating*, menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Meskipun demikian, tidak semua konsumen memanfaatkan kedua fitur tersebut secara optimal sehingga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian masih perlu dibuktikan secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem pembayaran *Cash on Delivery (COD)* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ar21_Sport pengguna TikTok Shop, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner (angket) yang disebar terhadap 70 responden yang terpilih melalui teknik *Probability Sampling* dengan pendekatan *Simple Random Sampling* menggunakan rumus slovin. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determanasi, serta uji hipotesis (uji t dan uji f). Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial, sistem pembayaran cod berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} 8,820 > t_{tabel} sebesar 1,66757 dan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 53,36%. Varibel *online customer rating* secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} 8,542 > t_{tabel} sebesar 1,66757 dan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 51,76%. Secara simultan (bersama-sama), sistem pembayaran cod dan *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai f_{hitung} 52,402 > f_{tabel} sebesar 3,13. Nilai koefisien korelasi berganda 0,781 menunjukan tingkat hubungan yang sangat kuat, dengan koefisien determinasi sebesar 60,9% sedangkanya sisanya 39,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata kunci: SistemPembayaran COD, *Online Customer Rating,* dan Keputusan Pembelian.

Dipindai dengan CamScanner