

ABSTRAK

Meisya Permatasari Supian, NIM. 3402200304. “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada *Online Shop Berhijab.co*)”. Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Digital Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada *Online Shop Berhijab.co*).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah : 1]. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*?; 2]. Bagaimana pengaruh *online customer review* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*?; 3]. Bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : 1]. Pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*; 2]. Pengaruh *online customer review* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*; 3]. Pengaruh *digital marketing* dan *online customer review* terhadap minat beli konsumen di *Online Shop Berhijab.co*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah Uji Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda, Uji Hipotesis (Uji t) dan Uji Hipotesis (Uji F). Dari hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa : 1). *Digital marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada *Online Shop Berhijab.co* dengan besar pengaruh 53,8% dan 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain; 2). *Online customer review* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada *Online Shop Berhijab.co* dengan besar pengaruh 65,4% dan 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain; 3). *Digital marketing* dan *Online customer review* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada *Online Shop Berhijab.co* dengan besar pengaruh 69,5% dan 30,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan *Online Shop Berhijab.co* selalu berusaha untuk mempertahankan *digital marketing* dan *online customer review* terhadap minat beli konsumen agar konsumen merasa puas akan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, dan Minat Beli Konsumen