

ABSTRAK

Tina Sri Nuraeni. 3402220058. Pengaruh *Social Proof* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Foomoo.Id (Suatu Studi pada Konsumen UMKM Foomoo.id di Ciamis). Di bawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dan meningkatkan persaingan UMKM kuliner, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Foomoo.id berdasarkan hasil pra-survei sebagai dasar penyusunan penelitian. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survey kepada 94 responden, serta analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, analisis korelasi sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan: 1. *Social Proof* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} (40,09) > t_{tabel} (1,662)$; 2. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} (33,65) > t_{tabel} (1,662)$. Secara simultan, *Social Proof* dan *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $F_{hitung} 122,19 > F_{tabel} 3,10$. Koefisien determinasi sebesar 96,41% menunjukkan bahwa kedua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM Foomoo.id. Disimpulkan bahwa *Social Proof* dan *Online Customer Review* efektif meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Disarankan Foomoo.id meningkatkan *social proof* dan lebih memperhatikan *online customer review*.

Kata Kunci: *Social Proof*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian