ABSTRAK

Rizki Syahputra Firdaus, 3402210107. "Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Parfum Secara *Online* (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2021 Konsumen Parfum Octarine Pengguna *Marketplace* Shopee)". Dibawah bimbingan Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si. (Pembimbing I) dan Dr. Andini Grace Tinia, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Rumusan masalah pada penelitian ini meliputi : 1.) Bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021 terhadap *Online Customer Review* parfum Octarine di Shopee, 2.) Bagaimana tingkat kepercayaan konsumen dalam membeli parfum Octarine di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021?, 3.) Seberapa besar pengaruh *Online Customer Review* terhadap kepercayaan konsumen dalam membeli parfum Octarine di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1.) Persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021 terhadap *Online Customer Review* parfum Octarine di Shopee, 2.) Tingkat kepercayaan konsumen dalam membeli parfum Octarine di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021, 3.) Besarnya pengaruh *Online Customer Review* terhadap kepercayaan konsumen dalam membeli parfum Octarine di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif terhadap 79 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Galuh angkatan 2021 yang ditentukan dari populasi sebanyak 368 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala ordinal dan dianalisis menggunakan *korelasi Rank Spearman*, koefisien determinasi, uji t, regresi linear sederhana, serta uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Online Customer Review* pada konsumen parfum Octarine pengguna aplikasi Shopee berada pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai ulasan pelanggan di Shopee telah memberikan manfaat, memiliki kredibilitas, argumentasi yang baik, sentimen yang positif. 2) Kepercayaan Konsumen dalam membeli parfum Octarine melalui aplikasi Shopee berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk Octarine. 3) *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam membeli parfum Octarine melalui aplikasi Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2021. Semakin baik kualitas *Online Customer Review*, maka semakin tinggi pula Kepercayaan Konsumen dalam melakukan pembelian parfum Octarine melalui Shopee. Adapun kuatnya hubungan sebesar 81,6%.

***Kata Kunci*: *Online Customer Review*, Kepercayaan Konsumen, *Electronic Word Of Mouth*, *Marketplace*, Parfum.**