

ABSTRAK

Ade Maya Nuraeni, NIM. 3402190265. Pengaruh *Online Customer Rating* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Pengguna Tiktok Shop di Kec. Pangandaran). Di bawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E.M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Online Customer Rating* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Pengguna Tiktok Shop di Kec. Pangandaran). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian; Bagaimana sistem pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian; Bagaimana pengaruh *online customer rating* dan sistem pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis; Pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian; Pengaruh sistem pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian; Pengaruh *online customer rating* dan sistem pembayaran *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan jumlah populasi sebanyak 1447 dan sampelnya sebanyak 94 orang konsumen. Sedangkan penggunaan analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi sederhana dan uji t dan uji F. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa; diketahui bahwa *Online Customer Rating* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian sebesar 14,29% sedangkan sisanya 85,71% merupakan faktor lain yang tidak diteliti.; diketahui bahwa *Cash On Delivery* mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian sebesar 26,52% sedangkan sisanya 73,48% merupakan faktor lain yang tidak diteliti; *Online Customer Rating* dan *Cash On Delivery* terhadap Keputusan pembelian mempunyai pengaruh sebesar 26,42% dan sisanya 73,58% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Diharapkan meningkatkan *Online Customer Rating* dan *Cash On Delivery* sehingga akan lebih meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Online Customer Rating, Cash On Delivery dan Keputusan pembelian