

ABSTRAK

Yovi Uswatun Nisa, Nim. 3402210086. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk PVN Shoes di Marketplace Shopee (Studi pada Konsumen Desa Karangmekar Kecamatan Karangnunggal). Dibawah bimbingan Dr.Nurdiana Mulyatini, S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan Lia Yulia, S.T.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk PVN Shoes di Marketplace Shopee (Studi pada Konsumen Desa Karangmekar Kecamatan Karangnunggal)”. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*? 2) Bagaimana pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*? 3) Bagaimana pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*? Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*. 2) pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*. 3) pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee*. Metode yang digunakan untuk dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji t (parsial), sedangkan untuk menghitung pengaruh antar tiga variabel menggunakan analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji F (simultan). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1] *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee* dengan pengaruh sebesar 84,82% sedangkan sebesar 15,18% dipengaruhi oleh faktor lain; 2] *online customer rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee* dengan pengaruh sebesar 87.23% sedangkan sebesar 12,77% dipengaruhi oleh faktor lain; 3] *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PVN Shoes di *marketplace shopee* dengan pengaruh sebesar 87.79% sedangkan sebesar 12,21% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan toko PVN Shoes Official Shop dapat mempertahankan *online customer review* dan *online customer rating* sehingga akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Keputusan Pembelian*