

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DI KOTA DENPASAR

Abstrak

Ada beberapa faktor yang dapat menarik keputusan pembelian konsumen yaitu adanya *online customer review* dan *online customer rating*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian di *marketplace Shopee*.

Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dan teknik pengambilan sampelnya yaitu menggunakan *non probability sample* yaitu *purposive sampling* dan jumlah sampelnya yaitu 97 responden. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace Shopee*.

Kata kunci: *online customer review*, *online customer rating* dan keputusan pembelian

