

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh *Online Customer Review* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dalam Aplikasi Shopee dengan *Consumer Trust* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang). Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner dengan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS v.26. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, analisis regresi linear berganda, uji f, uji t, koefisien determinasi (R^2), analisis jalur, dan uji sobel untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan *Online Customer Review* terhadap *Consumer Trust*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Layanan terhadap *Consumer Trust*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Consumer Trust*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Consumer Trust*.

Kata Kunci : *Online Customer Review, Kualitas Layanan, Consumer Trust dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to test how much Influence Online Customer Reviews and Service Quality on Purchase Decisions in the Shopee Application with Consumer Trust as an Intervening Variable (Case Study on Students of Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang). The data collection method was through a survey and circulating a questionnaire, with a sample of 100 respondents. The analysis method used is SPSS v.26. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, f test, t test, coefficient of determination (R²), path analysis, and sobel test to test and prove the hypothesis of this research.

The results of the study were obtained where there was a significant positive influence of Online Customer Reviews on Consumer Trust. There is a significant positive influence of Online Customer Reviews on Purchase Decisions. There is a significant positive influence of Quality of Service on Purchase Decisions. There is a significant positive influence of Online Customer Reviews on Purchase Decisions through Consumer Trust. There is a significant positive influence of Quality of Service on Purchase Decisions through Consumer Trust.

Keywords : *Online Customer Review, Service Quality, Consumer Trust and Purchase Decisions*