

## ABSTRAK

### **Devi Purnamasari (1188020046): “Pengaruh *Rating* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Lazada di Wilayah Kecamatan Saguling Kabupaten Bandung Barat.”**

Internet saat ini dapat berfungsi sebagai media untuk melakukan transaksi jual beli. Terdapat berbagai macam *e commerce* atau *online shop* yang menyediakan layanan jual beli produk maupun jasa dengan segala kemudahan yang ditawarkan oleh *e commerce* kepada para pelanggan. Marketplace mempunyai fitur Rating dan Online Customer Review untuk mendapatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Rating dan Review merupakan suatu fitur pada marketplace yang menggambarkan kepuasan konsumen terhadap suatu produk pada toko online. Rating berbentuk symbol bintang, sedangkan review berbentuk kalimat ulasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Rating (X1) dan Online Customer Review (X2) terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada di Wilayah kecamatan Saguling Kabupaten Bandung Barat. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Universitas, Perusahaan, bagi khalayak umum maupun bagi peneliti sendiri.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan rumus Cochran yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda  $Y = 7,031 + 0,260X_1 + 0,491X_2$ . Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Rating dan Review berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $168,485 > 3,09$ , dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 77,6% dan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang terdapat pada variabel ini memiliki tingkat hubungan yang kuat.

**Kata Kunci :** *Rating, Online Customer Review*, keputusan pembelian