

ABSTRAK

Muhammad Abdan Nur. 2022. *Pengaruh Online Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Difi Dahliana, MEI.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, Harga, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *research gap* yakni perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu tentang pengaruh *online customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee, sehingga menarik peneliti untuk melakukan pengujian hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Banjarmasin.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survei. Angket dibagikan kepada konsumen Shopee di Banjarmasin. Responden berjumlah 100 orang diambil secara *simple random sampling*. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara simultan *online customer review* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Banjarmasin dengan signifikansi 0,00 dan F_{hitung} sebesar 209,017; 2) Secara parsial *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Banjarmasin dengan signifikansi 0,00 dan t_{hitung} sebesar 5,236; 3) Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Banjarmasin dengan signifikansi sebesar 0,00 dan t_{hitung} sebesar 9,744.