

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui *online customer review* produk lipstick Wardah pada Shopee; (2) mengetahui *rating* produk lipstick Wardah pada Shopee; (3) mengetahui keputusan pembelian produk lipstick Wardah pada Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* dengan hasil penentuan jumlah responden sebanyak 96 Mahasiswi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang telah melakukan pembelian lipstick Wardah melalui Shopee. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *google formulir*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Rating* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Online Customer Review* dan *Rating* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Wardah melalui Shopee. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Wardah Cosmetics untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar dapat meningkatkan volume penjualan pada *marketplace* Shopee.

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



ABSTRACT

This study aims to: (1) find out online customer reviews on wardah lipstick products; (2) knowing the rating on wardah lipsticks; (3) knowing the purchasing decisions on wardah lipstick products through Shopee. The research was conducted using a quantitative descriptive method. The sampling technique used in this study was purposive sampling with the results of the respondents being 96 management students from the 2017 class of Universitas Buana Perjuangan Karawang who had purchased wardah lipstick through Shopee. The method of data collection is done by using a questionnaire via google forms. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. This study shows the results that Online Customer Reviews have a significant positive effect on Purchase Decisions. Rating has a significant positive effect on Purchase Decision. Online Customer Reviews and Ratings have a significant influence on Wardah's Lipstick Purchase Decisions through Shopee. The result of this study can be used as a reference for Wardah Cosmetics to improve the service quality and quality of product to increase sales volume on Marketplace Shopee.

Keywords: purchase decision, online customer review, rating

