

## ABSTRAK

**KEIZA AULIA. 2026. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Azarine di Shopee*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Najib Kasim dan Syarifuddin Sulaiman.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* Azarine di Shopee, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah konsumen di Kota Makassar yang pernah membeli produk *skincare* Azarine melalui Shopee, dengan sampel sebanyak 195 responden menggunakan teknik judgemental sampling. Data penelitian berupa data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner Google Form dengan menggunakan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Azarine* di Shopee dengan nilai  $t$  hitung sebesar 6,859 dan tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Selain itu, *Online Customer Rating* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$  hitung sebesar 5,854 dan tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,748 yang berarti bahwa 74,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* sedangkan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, keberadaan ulasan dan penilaian konsumen secara online memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *platform e-commerce*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan *review* dan *rating* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong keputusan pembelian produk Azarine di Shopee.

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