

ABSTRAK

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT *ORDER* PRODUK KULINER DI APLIKASI GO FOOD

Oleh:

Yolan Regi Indardo

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi Go Food. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi GoFood. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 responden. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Hasil analisis menyatakan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berpengaruh terhadap minat *order* produk kuliner di aplikasi Go Food

Kata Kunci: *Online Customer Review, Online Customer Rating, Minat Order*

ABSTRACT

THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND ONLINE CUSTOMER RATING ON INTEREST IN ORDERING CULINARY PRODUCTS IN GO FOOD APP

By:

Yolan Regi Indardo

This study aims to examine the effect of online customer reviews and online customer ratings on interest in ordering culinary products in the Go Food application. The population selected in this study is the population selected in this study are all users of the GoFood application. The sampling method used in this research is non-probability sampling using purposive sampling technique in which the sampling is based on certain criteria that have been determined by the researcher. The sample in this study amounted to 90 respondents. This type of research is quantitative by using multiple regression analysis method because it uses more than one independent variable that affects the dependent variable. The results of the analysis state that online customer reviews and online customer ratings affect the interest in ordering culinary products in the Go Food application

Keywords: Online Customer Review, Online Customer Rating, Interest Order