

INTISARI**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *E-TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK PAKAIAN PADA
MARKETPLACE SHOPEE****Oleh:****Anggita Dwi Prasasti****E-mail: anggitadwi3102@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh ulasan pelanggan online dan kepercayaan terhadap platform (e-trust) terhadap keputusan pembelian produk pakaian di marketplace Shopee. Research gap penelitian meliputi keterbatasan penelitian sebelumnya yang tidak secara khusus memfokuskan pada produk pakaian di Shopee. Selain itu, hubungan antara *online customer review* dan *e-trust* belum sepenuhnya dipahami karena seiring dengan perkembangan teknologi dan perilaku konsumen yang berubah. Dengan mengatasi gap tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen dan strategi digital marketing di platform Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis hubungan antar variabel dengan alat analisis menggunakan SPSS. Populasi penelitian ini yaitu di Indonesia dan sampel berjumlah 107 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *online customer review* dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*, secara simultan *online customer review* dan *e-trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian *online*.

Kata kunci: *Online Customer Review, E-Trust, Keputusan Pembelian Online*