

ABSTRAK

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MILENIAL KOTA BANDAR LAMPUNG PADA APLIKASI SHOPEE

Oleh

Fakhrul Muhammad Shidieq

Aplikasi shopee adalah aplikasi online shop yang sering digunakan oleh para konsumen milenial. Saat ini aplikasi shopee mengalami kenaikan pengguna pada tahun 2019 sebesar 50 juta. Tujuan Penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan konsumen pada aplikasi Shopee.2). Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan konsumen pada aplikasi Shopee. 3).Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan konsumen pada aplikasi Shopee. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kausal dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah Generasi Milenial yang menggunakan aplikasi Shoppe di Bandar Lampung. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam peneltian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online Customer review* dan *Online Customer rating* berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pelanggan Aplikasi Shopee.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Kepercayaan Konsumen