

ABSTRAK

Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *E-Trust* (Studi Kasus Pada *Marketplace* Lazada Di Tangerang Selatan).

Thalia Nur Karmila 1) Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si. CPMA 2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian melalui *e-trust* pada *marketplace* Lazada di Tangerang Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian konsumen *marketplace* Lazada yang bertempat tinggal di Tangerang Selatan. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel dengan jumlah sampel sebanyak 110 sampel. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* untuk teknik analisis data dengan software SmartPLS 4.0 untuk pengolahan data. Penelitian ini memiliki hasil bahwa *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Lazada, *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada *marketplace* Lazada, *E-trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *e-trust* pada *marketplace* Lazada.

Kata Kunci: Lazada, *Online Customer Review*, *E-Trust*, Keputusan Pembelian.