

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, PROMOSI PENJUALAN,
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE DENGAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Sleman)**

NONI APRILIA PANGESTUTI
NIM. 141170103

E-mail: noniapriliapangestuti@gmail.com

Pembimbing I: Dr. Dyah Sugandini M.Si
Pembimbing II: Drs. Ibrahim, M.M

Abstraksi

Wabah COVID-19 menyebabkan perubahan pada berbagai pola kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat, salah satunya adalah meningkatnya kegiatan pembelian atau belanja secara *online*. Masyarakat lebih memilih untuk berbelanja *online* untuk menghindari pergi keluar dan berinteraksi dengan banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti *online customer review*, promosi penjualan, keamanan melalui kepercayaan konsumen.

Penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee dengan responden mahasiswa di Sleman. Teknik penelitian ini menggunakan data kuesioner dari 230 responden. Hasil penelitian menunjukkan bukti empiris bahwa *online customer review*, promosi penjualan, keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada mahasiswa di Sleman.

Kata kunci: *online customer review*, promosi penjualan, keamanan, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian