

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND TRUST*, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
THE ORIGINOTE PADA SHOPEE *LIVE*  
(Survei pada Mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**ALDA MARGARETHA BR GINTING**

**NIM 141200183**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[aldamargaretha83@gmail.com](mailto:aldamargaretha83@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote pada mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta. Data diperoleh dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode survei menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui Google Formulir sebagai instrumen pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk The Originote melalui Shopee Live selama 12 bulan terakhir, serta sudah pernah membaca *online customer review* tentang produk The Originote. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Online Customer Review*, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Online Customer Review*, *Brand Trust*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian