

ABSTRACT

Dea Ananda, *the influence of online customer ratings and online customer reviews on purchasing decisions for food products at Bakoel Camilan through GoFood. With guidance from Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.*

The purpose of this study was to determine the effect of online customer ratings and online customer reviews on purchasing decisions for food products at Bakoel Snacks through GoFood for Bakoel Camilan Instagram followers. This research was conducted using a quantitative descriptive method. Sampling of this study used purposive sampling with a total of 70 respondents, using multiple linear regression analysis techniques. The results of the study on the online customer rating variable (X1) show that the t_{count} is $4.910 > t_{table} 1.667$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. The online customer review variable (X2) shows that the t_{count} is $3.257 > t_{table} 1.667$ with a significance level of $0.002 < 0.05$. The results of the F test show that the value of F_{count} is $23.131 > F_{table} 3.13$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. Thus, the conclusions of this study are a) Online customer ratings have a positive and significant effect on the decision to purchase food products at Bakoel Camilan through GoFood, b) Online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions for food products at Bakoel Camilan through GoFood, c) Online customer rating and online customer review together have a positive and significant effect on the variable of the decision to purchase food products at Bakoel Camilan through GoFood.

keywords : online customer rating, online customer review, purchase decision.

ABSTRAK

Dea Ananda, pengaruh *online customer rating* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk makanan pada Bakoel Camilan melalui Gofood. Dengan bimbingan dari Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk makanan pada Bakoel Camilan melalui Gofood kepada *followers* instagram Bakoel Camilan. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 70 responden, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian pada variabel *online customer rating* (X1) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 4,910 > t_{tabel} 1,667$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada variabel *online customer review* (X2) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 3,257 > t_{tabel} 1,667$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 23,131 > F_{tabel} 3,13$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah a) *Online customer rating* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan pada Bakoel Camilan melalui Gofood, b) *Online customer review* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan pada Bakoel Camilan melalui Gofood, dan c) *Online customer rating* dan *online customer review* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk makanan pada Bakoel Camilan melalui Gofood.

kata kunci : *online customer rating*, *online customer review*, keputusan pembelian.