

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan keputusan pembelian terhadap *trust* pada pengguna Tokopedia di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan metode *nonprobability sampling* dan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Padang yang telah menggunakan Tokopedia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan software smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian online, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online di Tokopedia. *Online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian online dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada pengguna Tokopedia di Kota Padang.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, *Trust* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of online customer reviews and purchasing decisions on trust among Tokopedia users in Padang City. The type of research used is quantitative with a non-probability sampling method and a sample of 100 respondents who are residents of Padang City who have used Tokopedia. The method used in this research is a quantitative method with data processing using smart PLS 4.0 software. The research results show that online customer reviews have no influence on online purchasing decisions, and trust influences online purchasing decisions on Tokopedia. Online customer reviews influence online purchasing decisions with trust as a mediating variable for Tokopedia users in Padang City.

Keywords: Online Customer Reviews, Trust and Purchasing Decisions.