

## ABSTRAK

Sejauh ini, pandemi COVID-19 telah menyebar ke seluruh Indonesia dan dunia; jadi membatasi aktivitas orang di luar rumah adalah pendekatan terbaik untuk menghentikan penyebarannya. Temukan e-commerce/marketplace terpercaya atau jadilah spesialis internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari Anda. Pelanggan potensial menghadapi sejumlah bahaya saat membeli secara online, beberapa di antaranya dapat mengakibatkan kerugian finansial. Untuk membatasi bahaya calon pelanggan, calon konsumen dapat melihat seberapa baik pasar yang mereka rencanakan untuk digunakan dalam transaksi online. Ulasan pengguna sebelumnya juga merupakan sumber informasi yang baik untuk diperiksa. Reputasi Shopee dan evaluasi pelanggan online diperiksa dalam penelitian ini untuk menentukan apakah mereka berdampak pada keputusan pembelian pelanggannya atau tidak. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan jumlah sampel 130. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi. Skala Likert yang digunakan dalam kuesioner mengharuskan penggunaan MSI untuk menganalisis data, yang akan dievaluasi untuk asumsi klasik. Kemudian, dengan menggunakan SPSS 26, kami menilai hipotesis menggunakan uji F (simultan) dan uji T (berhubungan). Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan Shopee dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti reputasi dan ulasan pelanggan online. Keputusan pembelian konsumen di Shopee dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh reputasi perusahaan dan ulasan pelanggan online, menurut hasil uji F dan t.

**Kata kunci :** Reputasi, Online Customer Review, dan Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

*Hence far, the COVID-19 epidemic has spread throughout Indonesia and the world; so limiting people's activities outside their houses is the best approach to stop it from spreading. Find a reliable e-commerce / marketplace or become an internet specialist to meet your everyday needs. Potential customers confront a number of dangers when purchasing online, some of which may result in financial losses. In order to limit the danger of prospective customers, potential consumers might look at how well the marketplace they plan to use in online transactions is regarded. The reviews of past users are also a good source of information to check for. Shopee's reputation and online customer evaluations were examined in this study to determine whether or not they had an impact on the purchasing decisions of its customers. This study employs a quantitative methodology with a sample size of 130. A questionnaire is used to gather information. The Likert scale utilized in the questionnaire necessitates the use of MSI to analyze the data, which will be evaluated for classical assumptions. Then, using SPSS 26, we assessed the hypothesis using the F test (simultaneous) and the T test (pertinent). The results of the multiple linear regression test reveal that Shopee customers' purchase decisions are influenced by factors such as reputation and online customer reviews. Consumer purchase decisions at Shopee are influenced positively and significantly by the company's reputation and online customer reviews, according to the results of both the F and T tests.*

**Keyword :** *Reputation, Online Customer Reviews, and Purchase Decisions*