

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang telah membuat pergeseran perilaku pelanggan dari pembelian melalui *offline shop* menjadi pembelian melalui *online shop* atau melalui *E-Commerce*. Perubahan tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk. Nilai pendapatan shopee menduduki peringkat pertama namun nyatanya masih terdapat beberapa komentar negatif secara online dari konsumen dan juga ada masalah mengenai penipuan easy shopping dari shopee yang terjadi oleh salah satu konsumen yang mana jika masalah ini banyak terjadi dan dibiarkan terus menerus maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan berpindah atau memutuskan untuk melakukan pembelian ke *E-Commerce* pesaing yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *Online customer review* dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian shopee pada generasi millennial di Indonesia. Karena konsumen yang suka berbelanja online didominasi oleh generasi millennial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen shopee yang merupakan generasi millennial di Indonesia. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling jenis *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan analisis linier berganda. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 21.

Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *online customer review* maupun kepercayaan terhadap keputusan pembelian shopee pada generasi millennial di Indonesia. Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat nilai R square sebesar 0,146 atau 14,6%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel *online customer review* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 14,6%. Sedangkan sisanya sebesar 85,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci : Online Customer Review, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Shopee, Generasi Millennial**

