

ABSTRAK INDONESIA

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh ulasan sebuah produk di dalam platform aplikasimarketplace shopee terhadap keputusan pembelian “ yang merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada pengaruh ulasan atau OCR (online consumerreview) yang dimana sebagai indikator sehingga pengguna shopee dalam menentukan hasil seberapa berpengaruhnya sehingga terjadi keputusan pembelian itu terjadi dalam pengolahan datanya sendiri, yang di analisis adalah dengan cara menyebarkan beberapa pertanyaan berupa kuesioner menggunakan link google form kepada orang – orang yang berperan aktif menggunakan aplikasi shopee yang kemudian dari hasil pengumpulan data tersebut peneliti memulai menyaring data yang di dapatkan lalu menggunakan aplikasi spss untuk mendapatkan hasil yang perhitungan yang maksimal sehingga hasil data tersebut bisa dinyatakan valid. Untuk kesimpulannya sendiri dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa membantu khalayak luas dan terutama perusahaan shopee itu sendiri.