

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang mengubah perilaku manusia khususnya dalam berbelanja. Dengan kondisi persaingan antara penyedia layanan belanja *online* yang semakin ketat, para penyedia jasa diharapkan mampu menciptakan suatu nilai untuk dapat mempertahankan konsumen dan perusahaan pun diharapkan mampu terus tumbuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gratis ongkos kirim dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee serta pengaruhnya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif dan kausalitas. Populasi penelitian ini adalah konsumen Shopee yang pernah menggunakan aplikasi dan melakukan transaksi dengan memanfaatkan kupon gratis ongkos kirim. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dan jumlah responden sebanyak 100 responden.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel gratis ongkos kirim, *online customer review* dan keputusan pembelian berada pada kategori baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan variabel yang diukur secara simultan yaitu gratis ongkos kirim dan *online customer review* berpengaruh signifikan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang diukur secara parsial yaitu gratis ongkos kirim dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Gratis Ongkos Kirim, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian