

ABSTRAK

Pentingnya peran teknologi guna mendukung perekonomian di Indonesia ini faktanya berpengaruh terhadap kegiatan jual beli terutama secara *online*. Pada kategori kontribusi pengeluaran konsumen di Indonesia, makanan mendapat persentase tertinggi. Hal tersebut membuat minat masyarakat Indonesia untuk memesan makanan secara *online* tinggi. Terdapat salah satu penyedia layanan pembelian makanan secara *online* yaitu layanan GoFood pada aplikasi Gojek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta melihat pengaruh *online customer rating* dan *discount* terhadap *purchase decision* pada layanan GoFood.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deksriptif dan analisis regresi linear berganda dengan IBM SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel yaitu *online customer rating* dan *discount* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap *purchase decision*. Pengaruh secara simultan variabel *online customer rating* dan variabel *discount* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel *purchase decision* pada layanan GoFood di Bandung Raya.

Kata Kunci : *Online Customer Rating, Diskon, Keputusan Pembelian*