

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer review*, promo gratis ongkos kirim, dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Lazada di Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dari pengguna *marketplace* Lazada di Lumajang. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis metode *purposive sampling* sehingga menghasilkan 60 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yaitu uji t dan koefisien determinasi (R^2) sebagai uji hipotesis yang memperhatikan uji validitas dan reliabilitas serta memenuhi uji asumsi klasik. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebesar 31,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari *online customer review*, promo gratis ongkos kirim, dan harga, sedangkan sisanya sebesar 68,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *online customer review* dan harga berpengaruh secara signifikan sedangkan promo gratis ongkos kirim tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *online customer review*, promo gratis ongkos kirim, harga, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online customer reviews, free shipping promos, and prices on purchasing decisions on the Lazada marketplace in Lumajang. The research method used is descriptive quantitative method. This research data was obtained from Lazada marketplace users in Lumajang. This study used a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, resulting in 60 respondents. The data analysis used is multiple linear regression analysis, namely the t test and the coefficient of determination (R²) as a hypothesis test that pays attention to the validity and reliability tests and fulfills the classical assumption test. The results of the coefficient of determination in this study show that 31.6% of purchasing decisions can be explained by independent variables consisting of online customer reviews, free shipping promos, and prices, while the remaining 68.4% of purchasing decisions are influenced by other variables that do not examined in this study. This study found that online customer reviews and prices have a significant effect, while free shipping promos have no effect and are not significant on purchasing decisions.

Keywords: *online customer review, free shipping promo, price, purchase decision.*

