

ABSTRAK

Juwita Salu Rante, 2024. “Pengaruh *Online Customer Review* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo). Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh *Online Customer Review* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo). Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop secara parsial, untuk mengetahui pengaruh Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* terhadap keputusan pembelian pada Tiktok shop secara parsial, dan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop secara simultan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengkaji pengaruh *Online Customer Review* dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop. Populasinya adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Angkatan 2019 dan 2020 dengan jumlah 1.381 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik incidental Sampling dan penentuan jumlah sampel dengan rumus slovin. Sampel yang digunakan sebanyak 93 mahasiswa. Data diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini diolah dengan analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Tiktok Shop, variabel *Cash On Delivery* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Tiktok Shop. *Online Customer Review* (X1) dan Sistem Pembayaran *Cash On Delivery* (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Tiktok Shop. Adapun kemampuan *Online Customer Review* (X1) dan *Cash On Delivery* (X2) dalam menjelaskan perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) Mahasiswa yaitu sebesar 35,3%. Adapun 64,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci: *Online Customer Review*, *Cash On Delivery* dan Keputusan Pembelian.