ABSTRAK

Andi Wijaya/78150615/2019/Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating dari Zomato pada Keputusan Pembelian Konsumen di daerah Kelapa Gading/Pembimbing:Brastoro. Drs., M.M

Pertumbuhan Industri makanan dan minuman teruslah meningkat, menurut survey yang dilakukan oleh databoks, pertumbuhan industry makanan dan minuman terhadap PDB Nasional Indonesia adalah 9,46%. Menurut hasil survey technopreneur.com (2017) pada penggunaan internet untuk mencari informasi adalah 37,82% dari total pemanfaatan internet, maka penelitian ini ingin mengetahui apakah dengan adanya Online Customer Review dan Online Customer Rating yang ada di Zomato akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih restoran dan menu makanan dan minuman. yang akan mereka konsumsi.

Penelitian ini menggunakan teori keputusan pembelian, perilaku konsumen, online marketing, dan teori electronic word-of-mouth. Apakah dengan adanya electronic word-of-mouth dalam bentuk Online Customer Review dan Online Customer Rating yang ada di Zomato akan memliki pengaruh pada perilaku dan keputusan konsumen.

Penelitian ini bersifat deskriptif, sedangkan analisis berdasarkan pengolahan data menggunakan betode regresi berganda menggunakan program IBM SPSS 22.00. Yang nantinya akan menghasilkan suatu persamaan regresi yang dapat diuraikan lebih lanjut.

Setelah data yang diterima dari 100 responden dari wilayah Kelapa Gading diolah menggunakan program IBM SPSS 22.0 menggunakan metode regresi ganda, maka muncul angka-angka yang menunjukan bahwa metode ini valid. Dan hasil dari pengolahan data berupa persamaan regresi yang menunjukan bahwa Online Customer Review dan Online Customer Rating berpengaruh pada keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa online customer review dan online customer rating di Zomato memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian responden penelitian yang ditunjukan dengan persamaan regresi Y dimana XI adalah online customer review dan X2 adalah online customer rating,.