

ABSTRAK

Perdagangan modern merupakan salah satu sektor perdagangan yang berdampak pada perkembangan teknologi. Dengan adanya e-commerce hingga munculnya marketplace memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan. Salah satu marketplace yang ada di Indonesia yaitu Shopee. Kesehatan kulit adalah sesuatu hal yang sangat dijaga oleh kebanyakan orang terutama para wanita. Salah satu produk kecantikan yang ada di Shopee yaitu Scarlett Whitening. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh online customer review terhadap persepsi konsumen. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui pengujian analisis regresi, koefisien determinasi, hipotesis, validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa online customer review berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi konsumen. Hasil perhitungan tabel t (0,025; 398) diperoleh hasil 1,966. Sedangkan hasil dari perhitungan t hitung sebesar 15,953, sehingga dapat diketahui t hitung (15,953) > t tabel (1,966). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara online customer review terhadap persepsi konsumen. Dan hasil koefisien determinasi menunjukkan hasil bahwa R sebesar 0,624 dan R square (R^2) sebesar 0,389. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa online customer review berpengaruh sebesar 39% terhadap persepsi konsumen dan sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Persepsi Konsumen, Scarlett Whitening, Shopee.*