

# **PENGARUH STAR SELLER, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE DENGAN ONLINE CUSTOMER REVIEW SEBAGAI VARIABEL MODERASI.**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan Yang Menggunakan Aplikasi Shopee)**

## **Abstrak**

Antusias masyarakat dalam berbelanja online mengalami peningkatan pada tahun 2022, salah satunya pada e-commerce Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh star seller, online customer rating dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Shopee dengan online customer review sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik analisis menggunakan purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 110 mahasiswa, lokasi di Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan, alat analisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa star seller dan online customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, celebrity endorser tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, star seller berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan online customer review sebagai variabel moderasi, online customer rating berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan online customer review sebagai variabel moderasi, celebrity endorser berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan online customer review sebagai variabel moderasi.

**Kata kunci :** *celebrity endorser, keputusan pembelian, online customer rating, online customer review, star seller.*

## ***The Effect of Star Sellers, Online Customer Ratings, and Celebrity Endorsers on Purchasing Decisions on the Shopee E-Commerce Platform with Online Customer Reviews as a Moderation Variable.***

***(Study on University of Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan Students who use the Shopee Application)***

## **Abstract**

People's enthusiasm for online shopping has increased in 2022, one of which is on Shopee e-commerce. The study aims to determine the effect of star sellers, online customer ratings and celebrity endorsers on purchasing decisions on the Shopee e-commerce platform with online customer review as a moderation variable. This study used quantitative methods, analytical techniques using purposive sampling, 110 respondents with locations at the University of Muhammadiyah PekajanganPekalongan, and analytical tools using SPSS. The results of the study showed that star sellers and online customer ratings have a significant effect on purchasing decisions, celebrity endorsers do not have a significant effect on purchasing decisions, and star sellers have a significant effect on purchasing decisions with online customer reviews as a moderation variable, online customer rating Significant effect on purchasing decisions with online customer review as a moderation variable, celebrity endorsers have a significant effect on purchasing decisions with online customerreview as a moderation variable.

*Keywords: celebrity endorser, purchase decision, online customer rating, online customer review, star seller*