

## ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui 1) pengaruh *rating* terhadap keputusan pembelian pengguna shopee di desa Tawangrejo dalam perspektif Islam. 2) Untuk mengetahui pengaruh ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pengguna shopee di desa Tawangrejo dalam perspektif Islam. 3) Untuk mengetahui pengaruh *rating* dan ulasan pelanggan secara simultan terhadap keputusan pembelian di desa tawangrejo dalam perspektif Islam.

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian lapangan. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling nonprobability menggunakan jenis sampling insidental. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 31 orang responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan jenis data yang digunakan adalah dat2a primer..

Hasil dari penelitian ini adalah 1). Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Rating* terhadap variabel Keputusan Pembelian dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,703 > 2,04841$ ) dan signifikan  $0,012 < 0,05$ . 2) adanya pengaruh ulasan positif dan signifikan antara ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,606 > 2,04841$ ) dan signifikan ( $0,015 < 0,05$ ). 3) adanya pengaruh secara simultan antara *rating* dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12,807 > 3,35$ ) dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini diperoleh dengan alat bantu hitung SPSS 26. Kesimpulan dari penelitian adalah 1) *rating* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) ulasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) *rating* dan ulasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.