

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *online consumer reviews* terhadap proses keputusan pembelian (survei pada konsumen Mky Clothing Official Shop yang melakukan pembelian melalui *marketplace* Shopee) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan *online consumer reviews* terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh citra merek dan *online consumer reviews* terhadap proses keputusan pembelian secara simultan 83,9% dan sisanya 16,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian sebesar 71,5% dan pengaruh *online consumer reviews* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 12,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, *Online Consumer Reviews* dan Proses Keputusan Pembelian