

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan data kontribusi UMKM terhadap PDRB Kabupaten Bandung tahun 2020 sampai dengan tahun 2022, yang mana industri *fashion* memberikan kontribusi PDRB terbesar setiap tahunnya, namun industri *fashion* menunjukkan terjadinya penurunan pertumbuhan dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer reviews* terhadap proses keputusan konsumen serta implikasinya terhadap kepercayaan konsumen pada *marketplace* shopee (survei pada konsumen Twinapparel). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 61 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan alat bantu SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif baik secara langsung dan tidak langsung. Besarnya pengaruh *online customer reviews* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 83,6%, sedangkan pengaruh proses keputusan pembelian terhadap kepercayaan konsumen sebesar 63,9%, dan pengaruh *online customer reviews* terhadap kepercayaan konsumen sebesar 31,2%. Kemudian besarnya pengaruh *online customer reviews* terhadap proses keputusan pembelian serta implikasinya terhadap kepercayaan konsumen secara tidak langsung sebesar 26%.

Kata Kunci: *Online customer reviews*, Proses Keputusan Pembelian, dan Kepercayaan Konsumen