

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *PRICE CONSCIOUSNESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN GOFOOD MELALUI APLIKASI GOJEK DENGAN SELERA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Oleh**

**Ni Luh Evi Maharani**

**19170410335**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji evaluasi pelanggan online dan kesadaran harga terhadap selera, menguji evaluasi pelanggan online dan kesadaran harga terhadap keputusan pembelian, menguji evaluasi pelanggan online dan kesadaran harga terhadap keputusan pembelian, dan menguji evaluasi pelanggan online dan kesadaran harga terhadap keputusan pembelian. sebagai perantara selera. Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di wilayah Ubud Kabupaten Gianyar dan menggunakan layanan GoFood pada aplikasi Gojek, sedangkan subjek penelitian ini adalah ulasan pelanggan online, kesadaran harga, selera dan keputusan pembelian. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan kemudian data dianalisis menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penilaian pelanggan online berpengaruh signifikan terhadap selera layanan GoFood melalui aplikasi Gojek, (2) price consciousness berpengaruh signifikan terhadap selera layanan GoFood melalui aplikasi Gojek; (3) pengalaman rasa. berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan GoFood melalui Aplikasi Gojek, (4) evaluasi pelanggan online tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan GoFood melalui aplikasi Gojek, (5) kesadaran harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan GoFood melalui aplikasi Gojek aplikasi, (6) Selera tidak masalah online - hubungan antara evaluasi pelanggan dan keputusan pembelian layanan GoFood melalui aplikasi Gojek, (7) Selera memediasi hubungan antara kesadaran harga dan keputusan pembelian layanan GoFood melalui Aplikasi Gojek.

**Kata kunci:** *online custome review*, *price consciousness*, selera, keputusan pembelian.

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PRICE  
CONSCIOUSNESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
LAYANAN GOFOOD MELALUI APLIKASI GOJEK DENGAN SELERA  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Oleh**

**Ni Luh Evi Maharani**

**19170410335**

**Jurusan Manajemen**

**Abstract**

*This study aims to test online customer review and price consciousness of tastes, test online customer review and price consciousness of purchasing decisions, test tastes of purchasing decisions and test online customer review and price consciousness of purchasing decisions with tastes as a mediating variable. The subjects of this study are people who live in Ubud District, Gianyar Regency who are users of GoFood services on the Gojek application while the objects of this study are online customer review, price consciousness, tastes and purchasing decisions. The research design used is causal quantitative research. The data collection technique in this study was using a questionnaire and the data was then analyzed using path analysis. The results showed that (1) online customer review have a significant effect on tastes in GoFood services through the Gojek application, (2) price consciousness has a significant effect on tastes in GoFood services through the Gojek application, (3) tastes have a significant effect on purchasing decisions on GoFood services through Gojek application, (4) online customer review have no effect on purchasing decisions on GoFood services through the Gojek application, (5) price consciousness has no effect on purchase decisions on GoFood services through the Gojek application, (6) tastes do not mediate the relationship between online customer review of purchasing decisions on GoFood services through the Gojek application, (7) tastes mediate the relationship between price consciousness and purchase decisions on GoFood services through the Gojek application.*

**Keywords:** *online customer review, price consciousness, tastes, purchase decisions.*