

## **ABSTRAK**

Nama : Rauzatul Aflal  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Ulasan Online dan Estetika Visual Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, ulasan online, dan estetika visual terhadap loyalitas pengguna smartphone merek Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang menggunakan smartphone merek Samsung sebagai responden penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, ulasan online, dan estetika visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna smartphone merek Samsung. Hal ini menunjukkan bahwa peran media sosial, kepercayaan terhadap ulasan online, serta daya tarik estetika visual produk dapat meningkatkan loyalitas pengguna. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan perlu memperhatikan strategi pemasaran digital, pengelolaan ulasan online, serta desain visual produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci: media sosial, ulasan online, estetika visual, loyalitas pengguna, smartphone Samsung.

## ***ABSTRACT***

Nama : Rauzatul Aflal  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Ulasan Online dan Estetika Visual Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Merek Samsung Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

This study aims to analyze the influence of social media, online reviews, and visual aesthetics on user loyalty of Samsung smartphones among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. This study used a quantitative method with a survey approach. Data were collected by distributing questionnaires to students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University who use Samsung smartphones as research respondents. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the assistance of statistical software. The results show that social media, online reviews, and visual aesthetics have a positive and significant influence on user loyalty of Samsung smartphones. This suggests that the role of social media, trust in online reviews, and the visual aesthetic appeal of a product can increase user loyalty. The conclusion of this study is that companies need to pay attention to digital marketing strategies, online review management, and product visual design to increase consumer loyalty.

Keywords: social media, online reviews, visual aesthetics, user loyalty, Samsung smartphones.