

ABSTRAK

Nama : Suci Ananda
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Online Customer Reviews*, Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *online customer reviews*, kemudahan akses dan diskon terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif dengan pendekatan data primer. Analisis regresi dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Jumlah responden yaitu sebesar 120 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Kata Kunci : *Online Customer Reviews*, Kemudahan Akses, Diskon, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Suci Ananda
Study Program : Management
Title : The Influence of Online Customer Reviews, Ease of Access and Discounts on Purchase Decisions of Shopee Application Users (Case Study of Students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University)

The aim of this research is to analyze the influence of online customer reviews, ease of access and discounts on the purchasing decisions of Shopee application users among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The method used is a quantitative method with a primary data approach. The number of respondents was 120 students. The results of the research show that the online customer review variable has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Shopee application users among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. Ease of access has no effect and is not significant on the purchasing decisions of Shopee application users among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. Discounts have a positive and significant effect on the purchasing decisions of Shopee application users among students at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University.

Keywords: Online Customer Reviews, Ease of Access, Discounts, Purchasing Decisions