

ABSTRAK

Nama : Yuni Annisa
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Live Streaming*, Harga dan *Online CustomerReview* Terhadap Keputusan Pembelian pada produk tas Branded KW (Studi Kasus Pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Live Streaming* (X1), Harga (X2), Dan *Online Customer Review* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk tas Branded KW Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Malikussaleh. Metode yang digunakan dalam pengambilan Sampel yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah responden 112 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji determinasi (R²), uji hipotesis (T) dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel yaitu, *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Live Streaming*, Harga, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Yuni Annisa
Study Program : Management
Title : The Influence of Live Streaming, Price, and Online Customer Reviews on Buying Decisions on KW branded bag products (Case Study on students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University)

This study aims to assess the influence of Live Streaming (X1), Price (X2), and Online Customer Reviews (X3) on Buying decisions (Y) of KW Branded bag product among female students of the Faculty of Economics and Business Malikussaleh University. The sampling method used was purposive sampling, with a total of 112 respondents. Primary data was collected through questionnaires. The data analysis techniques employed include multiple linear regression analysis, classical assumption tests, instrument tests (validity and reliability), determination tests (R²), and hypothesis testing (T) using SPSS software. The results indicate that, partially, Live Streaming has a positive and significant effect on Buying Decisions, Price has a significant effect on Buying Decisions, and Online Customer Reviews has a positive and significant effect on Buying Decisions.

Keywords: *Live Streaming, Price, Online Customer Reviews, and Buying Decisions*