

**PENGARUH PROMOSI DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee di Kota Palembang)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH:

OKTARINA SAVITRI

20612010146

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN

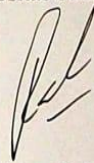
2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph. D
NIDN. 0015097701

ABSTRACT

*As a result of the rapid development of technology, online shopping platforms or sites have emerged. Online shopping is now a trend among people, people's shopping habits have changed since the existence of online stores. Due to the ease and practicality of online shopping. This research aims to determine the influence of promotions and online customer reviews on purchasing decisions on Shopee e-commerce. Data collection was carried out using a questionnaire method which was distributed to respondents and processed using SPSS Statistics 29. This research is quantitative research, the type of data used is primary data with nonprobability sampling and purposive sampling technique. The population in this study was the people of Palembang city with a sample size of 67 respondents. The results of the research show that the results of the Promotion variable *t* test partially have a positive and significant effect on Purchasing Decisions and the results of the Online Customer Review *t* test partially have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.*

Keywords: promotions, Online Customer Reviews, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Akibat perkembangan teknologi yang begitu pesat, hadirilah *platform* atau situs-situs perbelanjaan *online*. Belanja *online* sekarang menjadi tren di kalangan masyarakat, kebiasaan belanja masyarakat telah berubah sejak adanya toko *online*. Disebabkan kemudahan dan kepraktisan belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang disebarakan pada responden dan diolah menggunakan SPSS *Statistic 29*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan adalah data primer dengan *nonprobability sampling* dan teknik sampel *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Palembang dengan jumlah sampel sebanyak 67 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t variabel Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan hasil uji t *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Promosi, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.