

## ABSTRAK

**Siti Nurhaliza, Nim 7193210003, Pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Sociolla di prodi manajemen Universitas Negeri Medan Skripsi Program Studi Manejmen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Tahun 2022**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Online Customer Review* dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Sociolla di program studi manajemen Universitas Negeri Medan yang berjumlah 77 responden. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan kuisisioner/angket yang di uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji f) dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Software SPSS (Statistic Package For the Social Sciences)* versi 16,0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Online Customer Review* dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *e-commerce* pada Mahasiswa UNIMED, dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,02 < 0,05$ . Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa online customer review dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa manajemen Universitas Negeri Medan stambuk 2019-2022..

**Kata Kunci : *Online Customer Review* ; Promosi ; dan Keputusan Pembelian**

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY

## **ABSTRAK**

**Siti Nurhaliza. Nim 7193210003. The Influence of Online Customer Reviews and Promotions on Purchasing Decisions at the Beauty E-Commerce Sociolla Among Student Management Departments, 2019-2022, Medan State University. Thesis Management Study Program, Faculty of Economics, MedanState University.**

This research was conducted to examine the effect of Online Customer Reviews and Promotions on purchasing decisions for Sociolla users in the management studyprogram, Medan State University, totaling 77 respondents. The sample in this study used a purposive sampling technique. Data collection techniques used in this study used interviews and questionnaires/questions tested for validity and reliability. The data analysis technique of this study uses Multiple Linear Regression, Classical Assumption Test, Hypothesis Test (t test and f test) and the Coefficient of Determination. Data processing in this study used the SPSS Software program (Statistics Package For the Social Sciences) version 16.0

The results of this study indicate that partially Online Customer Reviews and promotions have a positive and significant influence on Online Purchase Decisions in e-commerce for UNIMED Students, with . This means that  $t_{count} > t_{table}$  with a significant value of  $0.02 < 0.05$ . The results of this study stated that online customer reviews and promotions had a positive and significant effect on purchasing decisions for 2019-2022 Medan State University management students.

**Keywords: Online Customer Reviews; Promotion ; and P's Decision**

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY