

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diskon dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shoppe (Studi kasus mahasiswa S1 Manajemen Unidha)”. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa s1 manajemen universitas dharma andalas Padang yang berjumlah 414 mahasiswa dengan penerikan sampel menggunakan raosoft sampel size calculator sehingga sampel sebanyak 104 responden. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kemudian diolah dan diuji dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 22 Dari penelitian yang dilakukan diketahui berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan 1). Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2). Ulasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3). Diskon dan Ulasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Diskon dan Ulasan Produk sebesar 67,6 % tergolong sedang sisanya 32,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Kata kunci: Diskon, Ulasan Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of discounts and product reviews on purchasing decisions in the Shopee app (a case study of undergraduate management students at Unidha). The population in this study was 414 undergraduate management students at Dharma Andalas University, Padang. The sample size was calculated using the Raosoft sample size calculator, resulting in a sample size of 104 respondents. Data were obtained by distributing questionnaires, then processed and tested using IBM SPSS Statistics 22. The results of the hypothesis testing indicate that 1) Discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions, 2) Product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, and 3) Discounts and product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, discounts and product reviews are 67.6% influenced by purchase decisions, while the remaining 32.4% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Discounts, Product Reviews, and Purchase Decision.*