

# **PENGARUH *LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAVIENA SKINCARE STUDI DI KECAMATAN BULELENG**

Oleh

**Ni Luh Putu Vidya Kusumayanti, NIM 2117041126**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *live shopping* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan dan secara parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah para pelanggan dari Produk Daviena Skincare. Objek penelitian ini adalah *live shopping* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden. *Instrument* yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Live shopping* dan *online customer review* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *Live shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *live shopping*, *online customer review*, dan keputusan pembelian

# **THE INFLUENCE OF LIVE SHOPPING AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS FOR DAVIENA SKINCARE PRODUCTS, A STUDY IN BULELENG SUB-DISTRICT**

*By*

**Ni Luh Putu Vidya Kusumayanti, NIM 2117041126**

***Management Department***

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of live shopping and online customer reviews on purchasing decisions, both simultaneously and partially. The research design used in this research is a causal quantitative design. The subjects in this study were customers of Daviena Skincare Products. The object of this research is live shopping and online customer reviews on purchasing decisions. Determination of the sample in this study was determined using a purposive sampling technique. The number of samples used was 120 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire, and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) Live shopping and online customer reviews together (simultaneously) have a significant effect on purchasing decisions, (2) Live shopping has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) Online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Kata kunci:** *live shopping, online customer review, purchase decision*