

ABSTRAK

Sarmeti Tiranda, 2024 : Pengaruh *Customer Review*, *Celebrity Endorsement*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Traveloka

Dosen Pembimbing : Hj. Iranita, S.E., M.Si
Abdul Jalal, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Customer Review*, *Celebrity Endorsement*, dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Traveloka. Populasi yang digunakan adalah seluruh masyarakat Kota Tanjungpinang yang berusia 20-59 tahun dengan jumlah 137.650 jiwa penduduk pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan tes validitas dan reliabilitas. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan determinasi (R^2). Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Customer Review* dan *Celebrity Endorsement* tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian. Sementara variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} 55,044 dengan nilai F_{tabel} 2,701 mengidentifikasi bahwa variabel *Customer Review*, *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Berdasarkan uji koefisien determinasi, sekitar 62,1% variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh *Customer Review*, *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Pelayanan. Sisanya 37,9% dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : *Customer Review*, *Celebrity Endorsement*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sarmeti Tiranda, 2024 : The Effect of Customer Reviews, Celebrity Endorsement, and Service Quality on Purchasing Decisions on the Traveloka Application

*Supervisor : Hj. Iranita, S.E., M.Si
Abdul Jalal, S.E., M.Si*

This study aims to determine whether Customer Review, Celebrity Endorsement, and Service Quality have an influence on Purchasing Decisions on the Traveloka Application. The population used is all people in Tanjungpinang City aged 20-59 years with a total population of 137,650 in 2023. This study used a sample of 100 respondents, with the sampling technique using Purposive Sampling. This type of research is quantitative research. The questionnaire was tested for validity and reliability. The data was analyzed using multiple linear regression analysis, including the t test, F test and determination (R^2). The results showed that partially the Customer Review and Celebrity Endorsement variables had no effect on the Purchasing Decision variable. Meanwhile, the Service Quality variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. The results of the F test obtained an $F_{calculate}$ value of 55.044 with an F_{table} value of 2.701 identify that the Customer Review, Celebrity Endorsement and Service Quality variables simultaneously have a significant effect on the Purchasing Decision variable. Based on the coefficient of determination test, about 62.1% of the Purchasing Decision variable is influenced by Customer Review, Celebrity Endorsement and Service Quality. The remaining 37.9% is influenced by factors not included in this research model.

Keywords : *Customer Review, Celebrity Endorsement, Service Quality and Purchasing Decisions*