

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer review, influencer marketing, dan live streaming terhadap keputusan pembelian pada platform Shopee di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 95 responden yang merupakan pengguna Shopee. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial customer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 12,664 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Influencer marketing juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 2,393 dan signifikansi  $0,007 < 0,05$ . Selain itu, live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 10,116 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, customer review, influencer marketing, dan live streaming berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 187,235 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,856 menunjukkan bahwa 85,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 14,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa customer review, influencer marketing, dan live streaming memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee di Kota Medan.

**Kata kunci:** customer review, influencer marketing, live streaming, keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of customer reviews, influencer marketing, and live streaming on purchasing decisions on the Shopee platform in Medan City. The research method used is a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 95 respondents who are Shopee users. The data analysis technique employed is multiple linear regression using SPSS.*

*The results of the study show that partially, customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-value of 12.664 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Influencer marketing also has a positive and significant effect with a t-value of 2.393 and a significance value of  $0.007 < 0.05$ . In addition, live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-value of 10.116 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Simultaneously, customer reviews, influencer marketing, and live streaming have a significant effect on purchasing decisions with an F-value of 187.235 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

*The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.856, indicating that 85.6% of purchasing decisions are influenced by these three variables, while the remaining 14.4% is influenced by other variables not examined in this study. Therefore, it can be concluded that customer reviews, influencer marketing, and live streaming play an important role in increasing consumer purchasing decisions on the Shopee platform in Medan City.*

**Keywords:** *customer review, influencer marketing, live streaming, purchasing decision*