

ABSTRAK

KHUSNAIN IBNI NAJIB. *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-commerce Shopee*. Dibimbing oleh Asmara Wildani, S.Sos, M.M dan Dany Perdana Sitompul, S.T. M.M.

Keputusan pembelian produk di platform *e-commerce* Shopee apakah dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan atau *customer experience* menjadi permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini. Melakukan identifikasi terkait keputusan pembelian produk di *e-commerce* Shopee apakah dipengaruhi dari pengalaman pelanggan adalah tujuan dilakukannya penelitian ini. Dengan populasi yang terdiri dari orang-orang yang pernah membeli barang di bisnis berbasis web Shopee, informasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini bersifat kuantitatif. Sampel penelitiannya adalah mahasiswa Medan yang pernah melakukan pembelian di toko online shopee. Regresi linear sederhana dipakai sebagai metode dalam penganalisisan data penelitian dengan tingkat signifikansi sebesar 5% pengujian hipotesis dilakukan lewat uji t. terdapat hubungan antara keputusan pembelian produk di *e-commerce* Shopee dengan pengalaman pelanggan di mana ini merupakan hasil penelitian. Hasil yang diperoleh dari hasil pengujian spekulasi dan penyelidikan informasi adalah nilai t yang ditentukan lebih besar dari nilai t tabel dengan ukuran sebesar 21,321. Oleh karena itu, pilihan pembelian barang pada bisnis berbasis web Shopee dipengaruhi oleh pengalaman klien sehingga disimpulkan bahwa spekulasi elektif atau H_a diakui dan spekulasi tidak valid atau H_0 diabaikan.

Kata Kunci : *Customer experience*, keputusan Pembelian, Shopee.

ABSTRACT

KHUSNAIN IBNI NAJIB. *Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-commerce Shopee. Dibimbing oleh Asmara Wildani, S.Sos, M.M dan Dany Perdana Sitompul, S.T. M.M.*

The issue in this examination is whether client experience impacts item buying choices on Shopee webbased business. The purpose of this study is to ascertain how product purchasing decisions on Shopee e-commerce are influenced by customer experience. This exploration information utilizes quantitative information, in this examination the populace is individuals who have bought items on Shopee web based business. The information test for this exploration is understudies from Medan City who have recently bought items on Shopee web based business. The information investigation technique utilizes a basic direct relapse model. The t test with a 5% significance level was used to test hypotheses. The examination results show that there is an impact between client experience on item buying choices on Shopee web based business. The speculation test exhibits that the determined t esteem is 21,321 > from the t table, in light of information examination and the consequences of the tests on the theory. Then it could be argued that H_a is acknowledged and H_0 is dismissed. This intends that there is an impact of client experience on item buying choices on Shopee internet business.

Keywords: Customer experience, purchasing decisions, Shopee