

ABSTRAK

Muhamad Gilang Fauzi. 3402220301. “Pengaruh *Digital Service Experience* dan *Online Review Effect* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Salon Agni Beauty Luxury)”. Dibawah bimbingan H. Mujaddid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan H.Iwan Setiawan, S.E., M.M.

Penelitian ini difokuskan pada *digital service experience* dan *online review effect* Terhadap keputusan pembelian. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *digital service experience* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury?; 2]. Bagaimana pengaruh *online review effect* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury?; 3]. Bagaimana *digital service experience* dan *online review effect* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh *digital service experience* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury; 2]. Pengaruh *online review effect* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury; 3]. Pengaruh *digital service experience* dan *online review effect* terhadap keputusan pembelian pada Salon Agni Beauty Luxury. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1] *Digital service experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 2] *Online review effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan 3] *Digital service experience* dan *online review effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Digital Service Experience, Online Review Effect, Keputusan Pembelian*