

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pengalaman Pembelian Sebelumnya, Ulasan Pelanggan dan rekomendasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Miss Glam di Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan *google form* yang dikirim kepada responden, dengan sampel 100 responden. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis data menggunakan dengan metode kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber langsung dari responden yang disajikan dalam bentuk *skala likert*.

Metode statistik data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan program IBM SPSS versi 30. Hasil penelitian ini menunjukkan pada Pengalaman Pembelian Sebelumnya terhadap Keputusan Pembelian terdapat pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikan ($0.025 < 0.05$) kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan ($0.015 < 0.05$). Serta terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Rekomendasi terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikan sebesar ($0.001 < 0.05$). Dan Pengalaman pembelian sebelumnya, ulasan pelanggan, dan rekomendasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar ($0.001 < 0.05$)

Kata Kunci: Pengalaman Pembelian Sebelumnya, Ulasan pelanggan, Rekomendasi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Previous Purchase Experience, Customer Reviews and recommendations have on Purchase Decisions at the Miss Glam Store in Gunung Pangilun, Padang Utara District, Padang City. Data collection was carried out by distributing questionnaires online using a google form sent to respondents, with a sample of 100 respondents. This study was conducted to analyze data using quantitative methods. Quantitative data in this study is data that comes directly from respondents presented in the form of a Likert scale.

The statistical data method used is descriptive statistics with the IBM SPSS version 30 program. The results of this study indicate that Previous Purchase Experience on Purchase Decisions has a positive and significant influence with a significant level ($0.025 < 0.05$) then there is a positive and significant influence of Customer Reviews on Purchase Decisions with a significant level ($0.015 < 0.05$). And there is a positive and significant influence of Recommendations on Purchase Decisions with a significant level of ($0.001 < 0.05$). And Previous purchase experience, customer reviews, and recommendations have a positive and significant effect on Purchase Decisions ($0.001^b < 0.05$)

Keywords: *Previous Purchase Experience, Customer Reviews, Recommendations and Purchase Decisions.*