

ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa

Authors: Annisha Suvero Suyar, Muhammad Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda

Journal: Insight Management Journal - Vol. 3 No. 3 (2023)

Publisher: Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi

Persistent DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.266>

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 20 October 2026, 21:17 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Annisha Suvero Suyar, Muhammad Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda. "Pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa". Insight Management Journal, Vol. 3 No. 3 (2023). DOI:...

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: <https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals>

Pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa

Annisha Suvero Suyar, Muhammad Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda

DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.266>

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni, dan keamanan terhadap keputusan pembelian pada E-commerce Shopee. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang kuliah di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan yang total jumlah keseluruhan 902 orang. Pada sampel penelitian ini didapat mahasiswa yang telah memiliki member silver berjumlah 30% dari total keseluruhan yang berjumlah 271 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan celebrity endorse berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Kemudahan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Desain website berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Promosi online berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Testimoni berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee. Celebrity endorse, kemudahan transaksi,...

Keywords: celebrity endorse, kemudahan, desain, testimoni, keputusan pembelian