

## ABSTRAK

Banyaknya perusahaan layanan pesan antar makanan yang ada di Indonesia saat ini menciptakan persaingan yang cukup sengit. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam meraih konsumen. Konsumen dalam melakukan pembelian secara *online* sangat mempertimbangkan berbagai faktor. Keputusan pembelian secara *online* pada konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yaitu promosi, *review* pelanggan, dan kemudahan penggunaan fitur aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, *review* pelanggan, dan kemudahan penggunaan fitur aplikasi terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee Food. Penelitian ini berjenis kausalitas untuk meneliti hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 130 responden pengguna Shopee Food yang berdomisili di Sumpalsari, Jember. Metode pengambilan sampel yang dilakukan yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang ataupun kesempatan yang sama bagi setiap unsur dari anggota populasi. Sampel terdiri dari responden laki-laki dan perempuan dengan kategori berusia 17 hingga 45 tahun, berdomisili Sumpalsari, Jember dan pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali di layanan Shopee Food. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil analisis dalam penelitian ini yaitu promosi, *review* pelanggan, dan kemudahan penggunaan fitur aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** promosi, *review* pelanggan, kemudahan penggunaan fitur aplikasi, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*The large number of food delivery service companies in Indonesia currently creates quite fierce competition. Every company is competing to be at the forefront in reaching consumers. Consumers when making online purchases really consider various factors. Consumers' online purchasing decisions can be influenced by various factors, including promotions, customer reviews, and ease of use of application features. This research aims to test and analyze the influence of promotions, customer reviews, and ease of use of application features on purchasing decisions on Shopee Food services. This research is of the causal type to examine the causal relationship between the variables studied. This research uses quantitative methods. The sample used was 130 respondents who were Shopee Food users who lived in Summersari, Jember. The sampling method used is non-probability sampling using purposive sampling, a sampling technique that does not provide equal opportunities or opportunities for each element of the population. The sample consisted of male and female respondents aged 17 to 45 years, domiciled in Summersari, Jember and who had made more than one purchase at the Shopee Food service. Data analysis uses multiple linear regression using SPSS. The results of the analysis in this research are that promotions, customer reviews, and ease of use of application features have a significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *promotions, customer reviews, ease of use of application features, purchasing decisions.*

