

ABSTRAK

Pengaruh Harga Dan Penerapan Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Pada Marketplace Shoppe Di Kota Kediri

Yusi Agustin yusi2080@gmail.com Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing I : Dr. Nur Laely, MM

Dosen Pembimbing II : Krissantina Eferyn , SE, M.Ak

Perkembangan teknologi yang semakin cepat membuat bisnis semakin berkembang salah satunya *E- Commerce*. *Ecommerce* mempermudah konsumen untuk berbelanja. Harga adalah salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Untuk menarik perhatian konsumen *e commerce* semakin mengembangkan fiturnya salah satunya dengan fitur *Live Streaming Shopping* yang memberikan kesan real life kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji harga dan Fitur Live Streaming pada Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Kota Kediri. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner yang disebarakan kepada 110 konsumen Shopee di Kota Kediri dengan Teknik pengambilan sample random sampling dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan alat SPSS. Hasil penelitian ditemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Sedangkan Live Streaming tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Namun secara parsial Harga dan *Live Streaming Shopping* Bersama sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Kata Kunci: Harga, *Live Streaming*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect of Price and the Application of Shopee Live Features on Consumer Purchase Decisions on the Shoppe Marketplace in Kediri City

Yusi Agustin yusi2080@gmail.com Management Study Program
Faculty of Economics & Business, Kadiri University

Dosen Pembimbing I : Dr. Nur Laely, MM

Dosen Pembimbing II : Krissantina Eferyn , SE, M.Ak

The rapid development of technology makes businesses grow, one of which is E-Commerce. Ecommerce makes it easier for consumers to shop. Price is one of the important factors in consumer purchasing decision making. To attract the attention of consumers, e-commerce is increasingly developing its features, one of which is the Live Streaming Shopping feature that gives the impression of real life to consumers. This study aims to test prices and Live Streaming Features on Shopee Consumer Purchasing Decisions in Kediri City. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires distributed to 110 Shopee consumers in Kediri City with random sampling techniques and the analysis method used was multiple linear regression with the help of SPSS tools. The results of the study found that price has a significant effect on consumer purchasing decisions, while Live Streaming does not have a significant effect on consumer purchasing decisions, but partially Price and Live Streaming Shopping Together have a significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: Price, Live Streaming, Purchase Decision