

ABSTRAK

Pengaruh Harga Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Shopee di Kota Kediri

Aryaningsih Nur Afifah

haryafifah@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : 1. Muhammad Dian Ruhamak, SE, MM.
2. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di Kota Kediri. Jenis penelitian ini kuantitatif menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan sampel 96 responden. Teknik Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-Probability Sampling* menggunakan *Purposive sampling* dengan kriteria pemilihan sampel Konsumen berusia 17 tahun sampai > 35 tahun, Konsumen yang pernah melakukan pembelian di shopee. alat uji penelitian ini uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda. hasil penelitian ini diketahui nilai sig. untuk pengaruh (parsial) X1 Terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$. diketahui nilai sig. untuk pengaruh (parsial) X2 Terhadap Y adalah sebesar $0,004 < 0,05$. Diketahui nilai sig. untuk pengaruh (simultan) X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* Shopee, Dengan demikian hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* shopee.

Kata kunci: harga, *online customer review*, keputusan pembelian

ABSTRACT

The Influence of Price and Online Customer Reviews on Shopee Consumer Purchasing Decisions in Kediri City

Aryaningsih Nur Afifah

haryafifah@gmail.com

Management Study Program

Faculty of Economics & Business Kediri University

Supervisor : 1. Muhammad Dian Ruhamak, SE, MM.
2. Yudiarto Perdana Putra, SE, MM.

The aim of this research is to determine the influence of price and online customer reviews on purchasing decisions of Shopee consumers in Kediri City. This type of research is quantitative using survey methods. This research used a sample of 96 respondents. The sampling technique uses a non-probability sampling technique using purposive sampling with sample selection criteria. Consumers aged 17 years to > 35 years, consumers who have made purchases at Shopee. The test equipment for this research is instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis. The results of this research are known sig values. for the (partial) influence of X_1 on Y is $0.000 < 0.05$. known sig value. for the (partial) influence of X_2 on Y is $0.004 < 0.05$. Known sig value. for the (simultaneous) influence of X_1 and consumer purchases on the Shopee marketplace. Thus, the research results show that price and online customer reviews have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on the Shopee marketplace.

Keywords: price, online customer reviews, purchasing decisions