

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian *online* di *E-commerce* Shopee pada mahasiswa universitas Sangga Buana YPKP Bandung 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan konsumen Shopee yang telah melakukan transaksi pembelian di toko *online* Shopee dengan jumlah sampel 100 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh model regresi linier berganda $Y = 13.530 + 0.095 X1 + 0.515 X2$

Sedangkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Hasil uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini secara Bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh model regresi linier sederhana karena H1 tertolak dengan hasil $= Y = 14.039 + 0.571X2$

Nilai R Square sebesar 0,198 yang artinya variabel harga dan ulasan produk mempengaruhi keputusan pembelian *online* sebesar 19.8%, sedangkan sisanya 80.2% dipengaruhi oleh variabel di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Harga, Ulasan Produk, Keputusan Pembelian Online

ABSTRACT

This research aims to determine the influence and magnitude of price and product reviews on online purchasing decisions at Shopee E-commerce among students at Sangga Buana University YPKP Bandung 2024. This research uses a quantitative approach with a correlational research type. Multiple linear regression was used to analyze the data. The samples in this research were Shopee students and consumers who had made purchase transactions at the Shopee online shop with a sample size of 100 respondents, with a sampling technique using random sampling technique. The data collection technique used was a questionnaire. Based on the research results, a multiple linear regression model was obtained $Y = 13,530 + 0.095 X_1 + 0.515 X_2$

Meanwhile, the results of hypothesis testing using the t test show that price has no significant effect on purchasing decisions and product reviews have a positive and significant effect on online purchasing decisions. The results of the F test show that all independent variables in this study together do not have a significant effect on online purchasing decisions. Based on the research results, a simple linear regression model was obtained because H_1 was rejected by the results $= Y = 14.039 + 0.571X_2$

The R Square value is 0.198, which means that price variables and product reviews influence online purchasing decisions by 19.8%, while the remaining 80.2% is influenced by variables outside the variables studied.

Keywords: *Price, Product Reviews, Online Purchasing Decisions*