

**PENGARUH HARGA DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Karang Anyar Kota Palembang)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH:

RAHAMAT PERMATA

20612010056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN

2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph. D
NIDN. 0015097701

v

ABSTRACT

The development of this technology has influenced people's culture with the trend of online shopping and has shifted the behavior of buyers who usually shop through direct purchases to purchase indirectly (online). This research aims to find out whether there is an influence of prices and online customer reviews on purchasing decisions at the Shopee marketplace. This research is a quantitative research, the type of data used is primary where the sample taken was 99 respondents by circulating a questionnaire via Google Form using proportional random sampling techniques. The research analysis method was carried out using multiple linear regression using SPSS 29 (Statistical Package for social science) software. The results of this research show that price has a partially significant effect on purchasing decisions. And Online Customer Reviews have a partially significant effect on purchasing decisions. The results of this research show that the price variable and online customer reviews simultaneously have a significant influence on purchasing decisions

Keywords: Price and Online Customer Reviews, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi ini telah mempengaruhi kebudayaan masyarakat dengan adanya tren berbelanja *online* dan membuat pergeseran perilaku pembeli yang biasanya berbelanja melalui pembelian langsung menjadi pembelian secara tidak langsung (*online*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga dan *Online Customer Review*, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan adalah primer dimana sampel yang diambil sebanyak 99 responden dengan mengedarkan Kuesioner melalui *Google Form* menggunakan teknik *proporsional random Sampling*. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda Menggunakan Software SPSS 29 (*Statistic package For sosial science*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Dan *Online customer review* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan *online customer review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: **Harga dan *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.**