

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi digital e-commerce, banyak perusahaan yang kemudian membuat berbagai platform untuk menjadi media yang melakukan perdagangan maupun jual beli. Setiap organisasi perusahaan diharapkan dapat menyusun strategi pemasaran agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan, salah satunya adalah mempunyai strategi pemasaran berupa pemasaran digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan produk, harga barang, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian Produk Gadget Dan Aksesorisnya Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Padang).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode korelasional. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2024. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang mempunyai pengalaman dalam berbelanja online melalui aplikasi Shopee di Kota Padang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) Harga barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) Metode pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 4) Secara bersama-sama atau simultan variabel ulasan produk, harga produk dan metode pembayaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Ulasan Produk, Harga Barang, Metode Pembayaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

With the development of digital e-commerce technology, many companies have created various platforms to become media for trading and buying and selling. Every company organization is expected to be able to develop a marketing strategy in order to survive in the face of competition, one of which is to have a marketing strategy in the form of digital marketing. This study aims to determine the effect of product reviews, product prices, and payment methods on purchasing decisions for Gadget Products and Accessories on Shopee E-Commerce (Case Study on Shopee Application Users in Padang City).

The method used in this study is a quantitative method with a descriptive research type using the correlational method. This research was conducted in June 2024. The population used was consumers who had experience in shopping online through the Shopee application in Padang City, the number of which was not known for certain. This study uses multiple linear regression analysis.

The results of this study are 1) Product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions; 2) The price of goods has a positive and significant effect on purchasing decisions; 3) Payment methods have a positive and significant effect on purchasing decisions 4) Together or simultaneously, the variables of product reviews, product prices and payment methods affect purchasing decisions.

Keywords: Product Reviews, Product Price, Payment Method, Purchase Decision