

ABSTRAK

Farida Tuzzahroh, 2020210136, Pengaruh Harga, *Online Customer Review* dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Muslim Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Pati)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh harga, *online customer review* dan halal *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee. Jenis penelitian menggunakan *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Pati yang pernah melakukan pembelian *fashion* muslim di *marketplace* Shopee. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling incidental* yang dikirimkan melalui kuesioner secara *online* lewat *google form*. Hasil pengolahan data menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Teknik analisis data meliputi uji instrumen data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji signifikan simultan, dan uji statistik parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, *online customer review* dan halal *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini diperoleh dari perhitungan statistik uji T, variabel harga memiliki nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($4,501 > 1,661$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Variabel *online customer review* memiliki nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($3,359 > 1,661$) dan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). Variabel halal *lifestyle* memiliki nilai thitung lebih besar nilai ttabel ($3,341 > 1,661$) dan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara variabel harga, *online customer review* dan halal *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee. Hasil analisis uji F diketahui nilai Fhitung $>$ Ftabel ($41,664 > 2,70$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Dapat diartikan secara bersamaan adanya pengaruh variabel harga, *online customer review* dan halal *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *fashion* muslim pada *marketplace* Shopee.

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