

## ABSTRAK

**Nanda Susilowati, 1720310057 dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2020)”. Skripsi. Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS). IAIN Kudus 2021.**

Salah satu fenomena mu'amalah di bidang ekonomi ialah transaksi jual beli yang memakai media elektronik salah satunya yaitu situs media *e-commerce*. *E-commerce* adalah peralihan yang awal mulanya pemasaran dilakukan bertatap muka secara langsung ditempat tertentu sekarang bisa dilakukan secara *online* melalui media sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2020. Sampel yang dijadikan dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2020 yang telah melakukan pembelian produk *fashion online* di *marketplace* shopee minimal sekali yang berjumlah 96 responden. Teknik sampel yang digunakan ialah *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan metode Sampling Aksidental. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah dengan kuesioner dan *googleform* dengan menggunakan pengukuran skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), dan uji hipotesis (uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengeruh yang *pertama*, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,194 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan nilai signifikansi  $0,031 < 0,05$ . *Kedua*, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,203 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . *Ketiga*, Risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,577 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . *Keempat*, hubungan harga, kualitas produk, dan risiko terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil uji yang diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar 18,419  $> 2,70$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai R sebesar 0,613 dan nilai R *Square* yang diperoleh sebesar 0,375 atau 37,5% nilai ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan risiko memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 37,5%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga, kualitas produk dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion online* melalui *marketplace* shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2020.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Risiko dan Keputusan Pembelian.**