

ABSTRAK

Jauharotun Nadhiroh (1820310059) “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Esha Scarf Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Esha Scarf)”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Esha Scarf pada marketplace shopee. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Diperoleh responden sejumlah 100. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yaitu analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Hasil analisis statistik uji t, diketahui bahwa variabel harga (X1) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,332 > 1,988$) artinya terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk Esha Scarf pada marketplace shopee. Variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,141 > 1,988$) artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Esha Scarf pada marketplace shopee. Variabel *online customer review* (X3) memiliki nilai signifikan $0,015 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,482 > 1,988$) artinya terdapat pengaruh antara *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Esha Scarf pada marketplace shopee. Hasil analisis uji F, diketahui nilai sig $0,000 < 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($71,487 > 2,698$) artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama antara harga (X1), kualitas produk (X2), dan *online customer review* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Esha Scarf pada marketplace shopee. Besarnya koefisien determinasi (*R Square*) yaitu 0,691, artinya pengaruh harga, kualitas produk, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee ialah 69,1%.

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