

## ABSTRAK

### **Ganis Anjani (1199240068): “Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Cibiru Kota Bandung”**

Pokok masalah penelitian ini adalah keputusan pembelian pengguna Shopee di Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Harga yang terlalu murah menjadi pertanda adanya penipuan sehingga konsumen lebih selektif. Perbedaan antara gambar produk di iklan dan yang diterima dapat berdampak negatif terhadap keputusan pembelian online

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee pada pengguna Shopee di Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori (Philip Kotler, 2012) mengenai harga, (Peter & Olson, 2014) mengenai iklan, dan (Peter & Olson, 2013) mengenai keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling secara probabilitas, jumlah sampel yang diteliti 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan google form. Teknik analisis data menggunakan Uji statistik deskriptif, Uji instrumen data penelitian, Analisis regresi berganda, Uji hipotesis secara parsial dan simultan, dan Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda  $Y = 5.556 + 0.479X_1 + 0.717X_2$ . Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee, dibuktikan dengan uji t nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2.952 > 1.664$  dengan tingkat signifikan  $0.000 > 0.05$ . Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee, dibuktikan dengan uji t nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.566 > 1.664$  dengan tingkat signifikan  $0.000 > 0.05$ . Dan secara simultan Harga dan Iklan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $54.077 > 3.09$  dengan tingkat signifikan  $0.000 > 0.05$ . Berdasarkan persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 52.7% dan sisanya 47.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antara variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

**Kata Kunci: Harga, Iklan. Dan Keputusan Pembelian**