

ABSTRAK

Nathiqoh Showaba, Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square Pada *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). Dibimbing Oleh Ibu Yustina Chrismardani, S.SI., M.M.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square Pada *Marketplace* Shopee. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui alat analisis SPSS 25 dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Perolehan data ini dengan menyediakan kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan sampel sebanyak 97 Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura sebagai responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan Uji t (Parsial) Harga dan *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square Pada *Marketplace* Shopee. Berdasarkan Hasil Uji F hasil penelitian dapat diketahui nilai variabel Harga dan *Online Customer Review* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square Pada *Marketplace* Shopee, dimana nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antara Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Bella Square Pada *Marketplace* Shopee memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: *Harga, Online Customer Review, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

Nathiqoh Showaba, The Influence of Prices and Online Customer Reviews on Purchase Decisions for Bella Square Hijab Products on the Shopee Marketplace (Study of Female Students at the Faculty of Economics and Business, Trunojoyo University, Madura). Supervised by Mrs. Yustina Chrismardani, S.Si., M.M.

The aim of this research is to determine the influence of price and online customer reviews on purchasing decisions for Bella Square hijab products on the Shopee Marketplace. In this research, a quantitative method was used using the SPSS 25 analysis tool with a purposive sampling technique, namely a sample determination technique by considering certain criteria. The data used are primary and secondary data. This data was obtained by distributing questionnaires using a Likert scale with a sample of 97 female students from the Faculty of Economics and Business, Trunojoyo University, Madura as respondents.

The research results show that the t test price (partial) and online customer reviews influence the decision to purchase Bella Square hijab products on the Shopee Marketplace. Based on the results of the F test, research results show that the value of the variable Price and Online Customer Review simultaneously has a significant influence on the decision to purchase Bella Square Hijab products on the Shopee Marketplace, where the significant value is smaller than 0.05, which means the relationship between Price and Online Customer Review on Purchase Decisions The Bella Square Hijab product on the Shopee Marketplace has a significant influence.

Keywords: *Price, Online Customer Review, Purchase Decisions.*