

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Ulasan, Kemudahan, Kepercayaan Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia
Nama : Juniwati
Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Ulasan, Kemudahan, Kepercayaan Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia bergenerasi z dan milenial di Jakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, maka diperoleh sampel pengguna Tokopedia bergenerasi z dan milenial di Jakarta yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebanyak 100 responden. Alat statistik yang digunakan adalah statistik asosiatif dengan pengolahan data menggunakan software SPSS Statistic 23. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Ulasan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Tokopedia, Kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian secara positif pada Tokopedia, serta Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.

Kata Kunci : ***Ulasan, Kemudahan, Kepercayaan Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian***

ABSTRACT

Title : *The Influence of Reviews, Convenience, Consumer Confidence and Price on Purchase Decisions at Tokopedia*

Name : *Juniwati*

Study Program : *S-1 Management*

This study aims to determine the effect of reviews, convenience, consumer trust and price on purchasing decisions at Tokopedia. The population in this study were users of Tokopedia generation z and millennials in Jakarta. The sampling method used purposive sampling technique, so that a sample of Tokopedia users of generation z and millennials in Jakarta who met the predetermined criteria was obtained as many as 100 respondents. The statistical tool used is associative statistics with data processing using SPSS Statistic 23 software. The results of this study indicate that product reviews have no effect on purchasing decisions at Tokopedia. Ease of use has a positive influence on purchasing decisions at Tokopedia, consumer trust positively affects purchasing decisions at Tokopedia, and price has a positive effect on purchasing decisions at Tokopedia.

Keywords: Reviews, Convenience, Consumer Confidence, Price, Purchase Decisions