

ABSTRAK

Hamami, Ilham. 2024. *Pengaruh harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022*. Skripsi, Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan, FKIP Universitas Jambi.

Pembimbing : (I) Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si. (II) Destri Yaldi, S.Pd.

M.Pd. E

Kata Kunci : Harga, Ulasan Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian di aplikasi *E-Commerce* Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2022 baik secara parsial maupun simultan, populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2022 dengan populasi sebanyak 107 orang dan sampel sebanyak 84 orang diambil menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan metode *Ex-Post Facto*. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuisisioner dari *Google Form*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif.

Berdasarkan penelitian menunjukkan secara parsial variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. secara parsial variabel ulasan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara simultan harga dan ulasan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan harga dan ulasan produk dengan kaitannya terhadap keputusan pembelian dan dapat dijadikan sebagai literatur agar lebih bijak dalam melakukan keputusan pembelian