

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN PRODUK THANKSINSOMNIA DI E-COMMERCE TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Jabodetabek)

Muhammad Rafif Akbarsyah ¹⁾, Dalizanolo Hulu, S.E., M.E., CRM., CRP. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, kepercayaan, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk Thanksinsomnia di e-commerce Tokopedia, dengan fokus pada konsumen Jabodetabek. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode kuantitatif, 150 responden dipilih menggunakan teknik sampling purposive serta data diolah dengan aplikasi Smartpls dengan uji outer model, inner model, dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta kepercayaan konsumen. Ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, tetapi tidak terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan memiliki peran penting dalam memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak secara signifikan memediasi pengaruh ulasan produk, penelitian ini menekankan pentingnya harga kompetitif dan kepercayaan konsumen dalam meningkatkan keputusan pembelian, sementara ulasan produk lebih berperan dalam membangun kepercayaan.

Kata kunci: Harga, kepercayaan, ulasan produk, keputusan pembelian, *e-commerce*, Tokopedia.