

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA E – COMMERCE SHOPEE

Oleh :
Rizka Syahna
2020021207

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, *word of mouth*, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform *e-commerce* Shopee. Latar belakang penelitian ini didasari oleh persaingan ketat dalam industri *e-commerce* yang menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, dimana data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna Shopee. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari variabel-variabel independen terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, *word of mouth*, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Shopee perlu memperkuat citra merek, mendorong penyebaran *word of mouth* yang positif, serta menjaga strategi harga yang kompetitif.

Kata Kunci: Citra Merek, Word of Mouth, Harga, Keputusan Pembelian, Shopee, E-Commerce.