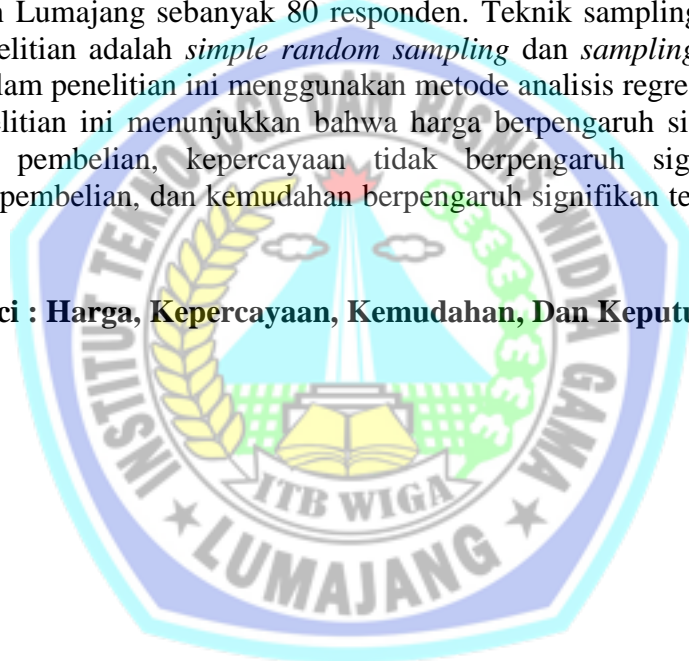


ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan proses membeli produk yang paling disukai dengan berbagai alternatif yang ada, digunakan untuk menggabungkan dan mengevaluasi dua atau lebih perilaku dan memilih salah satunya. Hasil produk yang dipilih dari keputusan pembelian adalah produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kepercayaan, dan, kemudahan terhadap keputusan pembelian pada *Shopee* di Kecamatan Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian pada *Shopee* di Kecamatan Lumajang selama periode 2022, sedangkan sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian pada *Shopee* khususnya remaja yang telah menggunakan *Shopee* di Kecamatan Lumajang sebanyak 80 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *simple random sampling* dan *sampling incidental*, serta analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keputusan Pembelian



Abstract

Purchasing decision is the process of buying the most preferred product with a variety of available alternatives, used to combine and evaluate two or more behaviors and choose one of them. The result of the product selected from the purchase decision is a product that suits its needs. This study aims to determine the effect of price, trust, and convenience on purchasing decisions at Shopee in Lumajang District. This research is a quantitative research. The population in this study are consumers who have made purchases at Shopee in Lumajang District during the 2022 period, while the samples obtained in this study are consumers who have made purchases at Shopee, especially teenagers who have used Shopee in Lumajang District as many as 80 respondents. The sampling technique used in this study is simple random sampling and incidental sampling, and the analysis in this study uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that price has a significant effect on purchasing decisions, trust has no significant effect on purchasing decisions, and convenience has a significant effect on purchasing decisions.

Keyword : Price, Trust, Convenience, and Purchase Decision

