

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi, ulasan dan foto produk terhadap pembelian *E-Commerce* di shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) ada pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian ; (2) ada pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian; (3) ada pengaruh positif ulasan dan foto produk terhadap keputusan pembelian; dan (4) ada pengaruh positif harga, promosi, ulasan dan foto produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, promosi, ulasan dan foto produk, serta keputusan pembelian.