

ABSTRAK

Objek riset ini pada mahasiswa Psikologi UNPRI Medan yang melakukan keputusan pembelian atas *e-commerce* Lazada. Pendekatan yang diterapkan pada riset ini mempergunakan kuantitatif, Hasil riset Uji t menjelaskan bahwasannya harga, promosi dan ulasan produk mempunyai dampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian barang di *e-commerce* Lazada. Uji F menjelaskan bahwasannya harga, promosi, dan ulasan produk secara simultan berdampak signifikan pada keputusan pembelian barang di *e-commerce* Lazada. Dari nilai *Adjusted R Square* Harga, Promosi serta Ulasan Produk bisa diterangkan oleh variasi variabel independen sebesar 6,60% sementara sebesar 6,72% (100% - 6,60%) sisanya diterangkan oleh variabel lain yang masih belum diteliti pada riset ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The object of this research is UNPRI Medan Psychology students who make purchasing decisions on Lazada e-commerce. The research results of the t test explain that prices, promotions and product reviews have a positive and significant impact on purchasing decisions for goods in Lazada e-commerce. The F test explains that price, promotion, and product reviews simultaneously have a significant impact on purchasing decisions for goods in Lazada e-commerce. From the Adjusted R Square value, Price, Promotion and Product Reviews can be explained by a variation in the independent variable of 6.60%, while the remaining 6.72% (100% - 6.60%) is explained by other variables that have not been examined in this research.

Keywords: Price, Promotion, and Product Reviews on Purchasing Decisions.