

ABSTRAK

Saat ini perkembangan Shopee di Indonesia sangat pesat dibandingkan marketplace lainnya sehingga pengunjung situs shopee mengalami kenaikan tinggi dan sanggup mendorong keputusan pembelian produk dalam jumlah tinggi. Keputusan pembelian produk di Shopee ini berkaitan erat dengan e-commerce, iklan dan harganya. Riset ini bertujuan melakukan pengujian Pengaruh E-Commerce, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. Riset ini berpendekatan kuantitatif. Jenis penelitian asosiatif. Populasi belum diketahui. Sampel riset ini berjumlah 96 responden. Modelnya dengan regresi linear berganda. Hasilnya adalah *E-Commerce* berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. Iklan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. E-Commerce, Iklan dan Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Iklan, Harga dan Keputusan Pembelian.