

ABSTRAK

Annisa Namira, Nomor Induk Mahasiswa 152180003, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh Harga, *Online Customer Review*, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Online Nadiraa Hijab di Shopee (Studi pada Kosumen Nadiraa Hijab di Shopee)”. Dosen Pembimbing I Susanta dan Dosen Pembimbing II Indro Herry Mulyanto.

Penelitian ini dilakukan guna menguji dan menganalisis “Pengaruh Harga, *Online Customer Review*, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Online Nadiraa Hijab di Shopee (Studi pada Kosumen Nadiraa Hijab di Shopee)”. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis teknik sampling *Purposive Sampling*. Responden yang digunakan sejumlah 69 orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini metode Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online, *Online Customer Review* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online, Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online, dan Harga (X1), *Online Customer Review* (X2), dan Citra Merek (X3) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian online.

Saran dari penelitian ini adalah Nadiraa Hijab harus terus memperhatikan soal harga. Selain itu Nadiraa Hijab sebaiknya memperhatikan *review* produk yang ada di shopee karena konsumen merasa *review* produk bermanfaat karena dapat membantu konsumen mendapatkan informasi tentang produk tersebut. Nadiraa Hijab juga harus terus berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen untuk meminimalisir adanya *review* negatif. Nadiraa Hijab harus mempertahankan reputasi merek supaya tetap menjadi merek yang memiliki reputasi yang baik dan terus mengencangkan strategi pemasaran supaya merek Nadiraa Hijab lebih terkenal. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambahkan variabel baru karena nilai *R Square* masih menunjukkan angka 41,8%.

Kata kunci: Harga, *Online Customer Review*, Citra Merek, Keputusan Pembelian.