

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, *REVIEW* KONSUMEN, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SISWA SMAN 1 SEPUTIH AGUNG**

Oleh

**DISKA DIAN VALENA**

Penelitian ini dilandasi dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya situs pembelajaran online seperti: Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya. Perkembangan ini menunjukkan potensi besar bahwa pasar digital di Indonesia yang didorong oleh perilaku konsumsi digital *native* ini, salah satunya dapat dilihat ketika tingkat kepuasan pada saat pembelian. Maka dari itu, penelitian ini memfokuskan pada faktor-faktor yang membuat tingkat kepuasan pengalaman pembelian dengan objek generasi muda, salah satunya pada siswa SMAN 1 Seputih Agung menjadi sangat berkembang. Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif, menggunakan pendekatan *ex post facto* serta teknik pengumpulan data melalui survey. Instrumen yang digunakan ialah skala semantic dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas untuk menunjukkan penelitian terbukti valid dan reliabel untuk diteliti.

Kemudian, untuk menentukan hasil menggunakan pengujian regresi linear sederhana atau parsial dan analisis regresi linier berganda (multiple) dengan hasil: Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, lalu Review konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, meskipun kontribusinya relatif kecil, kemudian Keputusan pembelian memiliki pengaruh signifikan, dan Ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Review Konsumen, Shopee, Persepsi Harga**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, CONSUMER REVIEWS, AND PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE E-COMMERCE ON CONSUMER SATISFACTION AMONG STUDENTS OF SMAN 1 SEPUTIH AGUNG**

**By**

**DISKA DIAN VALENA**

This research is based on the development of information and communication technology, one of which is online dating sites such as: Tokopedia, Shopee, Lazada, and others. This development shows great potential that the digital market in Indonesia is driven by native digital consumption behavior, one of which can be seen in the level of satisfaction at the time of purchase. Therefore, this study focuses on factors that make the level of satisfaction with the purchase experience with objects of the younger generation, one of which is in SMAN 1 Seputih Agung students to be very developed. This study uses a quantitative approach, a verifiable descriptive method, an Ex post facto approach and a survey method. The instrument used is the semantic scale and is analyzed using validity tests, reliability to show that the research is proven to be valid and reliable to be researched. Then, to find out the results, we use simple or partial linear regression testing and multiple linear regression analysis based on the results.: Price perception has no significant effect on consumer satisfaction, then consumer reviews have a significant effect on consumer satisfaction, although the contribution is relatively small, then the purchase decision has a significant influence, and the three variables simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction.

**Keywords: Keywords: Consumer Satisfaction, Purchase Decision, Consumer Reviews, Shopee, Price Perception**