

DECISION OF PURCHASE OF SHOPEE E-COMMERCE ON GENERATION MILLENIAL IN JOHAR BARU SUB-DISTRICT

By Alia Engka Nadita Putri

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of price, promotion, and EWOM on purchasing decisions at Shopee's e-commerce. This study uses the millennial generation of Shopee users in Johar Baru District as a sample. Samples taken were 75 respondents with the side probability method. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square) with a significant level of 5%. The results showed that Price has a correlation value of 0.786, Promotion correlation value of 0.156, and EWOM correlation value -0.104. From the analysis of the coefficient of determination, it can be explained that Price, Promotion, and EWOM affect Purchasing Decisions in Shopee e-commerce for the Millennial Generation in Johar Baru District by 68.5%, while the remaining 31.5% is influenced by other variables outside of this study.

Keyword: *Purchasing Decision, Price, Promotion, Electronic Word of Mouth, Partial least Square.*

KEPUTUSAN PEMBELIAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN JOHAR BARU

Oleh Alia Engka Nadita Putri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan EWOM terhadap keputusan pembelian di ecommerce Shopee. Penelitian ini menggunakan generasi milenial pengguna Shopee di Kecamatan Johar Baru sebagai sampel. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan metode *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki nilai korelasi sebesar 0,786, nilai korelasi Promosi 0,156, dan nilai korelasi EWOM -0,104. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa Harga, Promosi, dan EWOM memengaruhi Keputusan Pembelian di *e-commerce* Shopee pada Generasi Milenial di Kecamatan Johar Baru sebesar 68,5%, sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Pemasaran dari Mulut ke Mulut