

ABSTRAK

DINI MAULITA, NIM. 3402210138. "Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee Pada Mahasiswa Pecinta Produk Fashion (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen Angkatan 2021)". Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, Drs.,M.M. (Pembimbing I) dan Wiwin Setianingsih, S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh strategi harga dan visual merchandising terhadap keputusan pembelian online di shopee pada mahasiswa pecinta produk fashion (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas galuh program studi manajemen angkatan 2021). Permasalahan yang dihadapi penelitian ini meliputi 1]. Bagaimana pengaruh strategi harga terhadap keputusan pembelian. 2]. Bagaimana pengaruh visual merchandising terhadap keputusan pembelian. 3]. Bagaimana pengaruh strategi harga dan visual merchandising terhadap keputusan pembelian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Untuk mengetahui pengaruh strategi harga terhadap keputusan pembelian. 2]. Untuk mengetahui pengaruh visual merchandising terhadap keputusan pembelian, 3]. Untuk mengetahui pengaruh strategi harga dan visual merchandising terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 65 responden, sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan asosiatif meliputi analisis koefisien korelasi dan berganda, analisis regresi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi, dan menggunakan signifikan (uji t dan uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1]. Strategi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 2]. Visual merchandising berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 3]. Strategi harga dan visual merchandising berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, penerapan strategi harga yang tepat dan visual merchandising yang menarik, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian online di Shopee pada Mahasiswa pecinta produk fashion.

Kata Kunci: Strategi Harga, Visual Merchandising, Keputusan Pembelian.