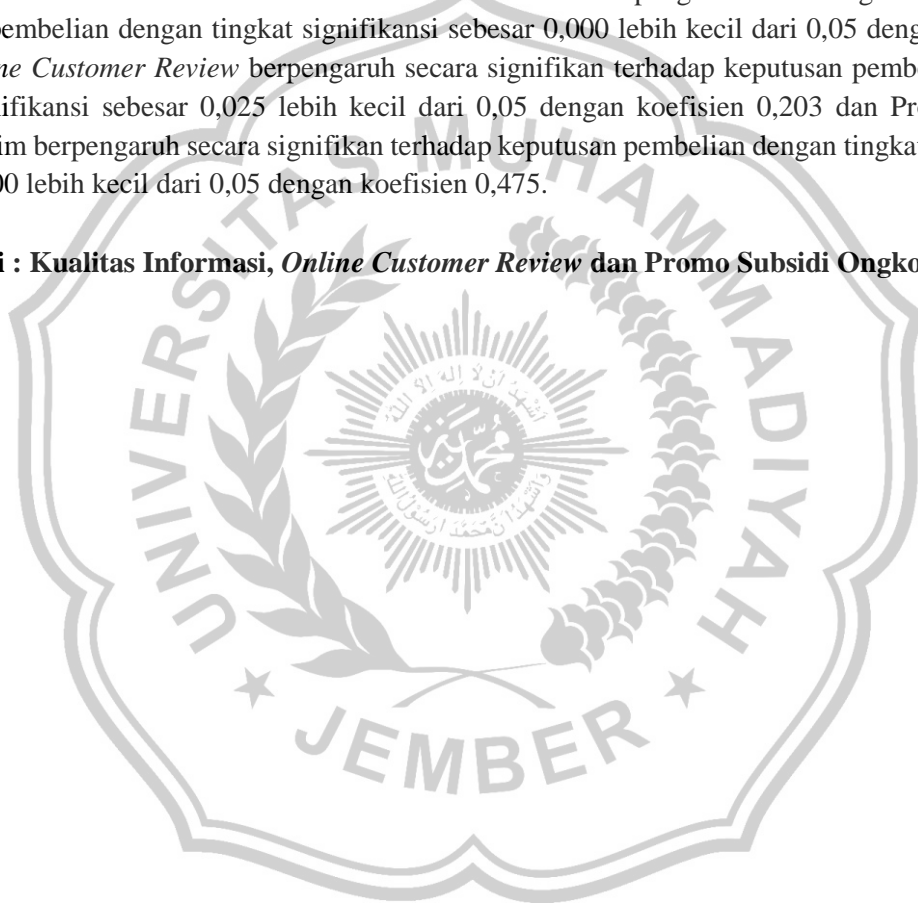


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji peran kualitas informasi, *online customer review* dan promo subsidi ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Shopee. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa kuesioner *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja di Shopee yang jumlahnya tidak terbatas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 102 responden dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder. Teknik pengukuran datanya menggunakan skala *likert*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang didukung dengan uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien 0,439. *Online Customer Review* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien 0,203 dan Promo Subsidi Ongkos Kirim berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien 0,475.

Kata Kunci : Kualitas Informasi, *Online Customer Review* dan Promo Subsidi Ongkos Kirim



ABSTRACT

This study aims to analyze and examine the role of information quality, online customer reviews, and postage subsidy promos on purchasing decisions at Shopee E-commerce. The type of data in this study used quantitative data in the form of an online questionnaire. The population in this study are all consumers who shop at Shopee which is unlimited in number. The sample used in this study was 102 respondents with a non-probability sampling technique. Data collection techniques include primary data and secondary data. The data measurement technique uses a Likert scale. The analytical tool in this study uses multiple linear regression analysis supported by instrument testing, classical assumption test, and hypothesis testing. The results of this study prove that Information Quality has a significant effect on purchasing decisions with a significance level of 0.000 which is smaller than 0.05 with a coefficient of 0.439. Online Customer Review has a substantial effect on purchasing decisions with a significance level of 0.025 which is smaller than 0.05 with a coefficient of 0.203 and the Postage Subsidy Promo has a considerable effect on purchasing decisions with a significance level of 0.000 which is smaller than 0.05 with a coefficient of 0.475.

Key Words : Information Quality, Online Customer Reviews and Postage Subsidy Promos

