

ABSTRAK

Suciyanti Ramadhani, 2022. Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Bantaeng). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Buyung Romadhoni, sebagai pembimbing I dan Alamsjah, sebagai pembimbing II.

Tujuan Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh service quality harga dan persepsi resiko pada Shopee. Shopee merupakan platform *marketplace online* yang menjembatangi antara penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli *online* melalui perangkat ponsel mereka. Dan Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat serta tanpa harus membuka website melalui perangkat computer.

Hasil penelitian ini merupakan pengguna aktif aplikasi atau situs *e-commerce* yang setiap bulan melakukan transaksi pembelian di Shopee. Berdasarkan 110 data responden yang didapatkan dari pengisian kuesioner, karakteristik yang diperoleh berdasarkan *gender*, usia, pekerjaan dan beberapa pertanyaan yang tertuju tentang variabel *e-service quality*, harga, dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian, maka penulis mengambil kesimpulan penting, yaitu *E-service quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat di Kabupaten Bantaeng, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Bantaeng, dan persepsi resiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Bantaeng.

Kata kunci : E-Service Quality, Harga, dan Persepsi Resiko

ABSTRACT

Suciyanti Ramadhani, 2022. The Influence of E-Service Quality, Price, and Risk Perception on Purchase Decisions at Shopee (Survey of Bantaeng Regency Community). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Buyung Romadhoni, as supervisor I and Alamsjah, as mentor II.

The purpose of this study is a type of quantitative research with the aim of knowing the effect of service quality, price and risk perception on Shopee. Shopee is an online marketplace platform that bridges between sellers and buyers to facilitate online buying and selling transactions through their mobile devices. And Shopee is present in the form of a mobile application to support shopping activities that are easy and fast and without having to open a website via a computer device.

The results of this study are active users of e-commerce applications or sites who make purchase transactions every month at Shopee. Based on 110 respondent data obtained from filling out questionnaires, the characteristics obtained are based on gender, age, occupation and some questions that are directed at the variables of e-service quality, price, and risk perception on purchasing decisions, the authors draw an important conclusion, namely E-service quality does not have a significant influence on purchasing decisions in the people of Bantaeng Regency, price has a significant influence on purchasing decisions in the people of Bantaeng Regency, and the perception of risk does not have a significant influence on purchasing decisions in the people of Bantaeng Regency.

Keywords: *E-Service Quality, Price, and Risk Perception*