

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menjadi sebuah gerakan yang tidak dapat ditahan. Penggunaan internet menjadi sebuah hal yang utama untuk keberlangsungan hidup di era perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga berdampak ke dalam aktivitas ekonomi di seluruh lapisan masyarakat. Seiring pergantian generasi, generasi Z menjadi mayoritas pengguna internet di Indonesia. Hal ini menyebabkan adanya adaptasi strategi marketing baru.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan customer experience terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tokopedia yang dilakukan pada generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis riset eksplanatori dan deskriptif. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah non-probability sampling yang berfokus pada purposive sampling. Pengambilan sample dilakukan dengan rumus bernoulli dengan hasil responden sebanyak 96 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, customer experience, keputusan pembelian masuk ke dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil analisis linier berganda, harga dan customer experience secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga dan customer experience berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: harga, pengalaman pelanggan, keputusan pembelian, e-dagang, generasi Z