

ABSTRAK

Peningkatan jumlah pengguna internet di Kota Bandung sebesar 82,5% dengan jumlah pengguna 2,1 juta penduduk, Khususnya Generasi Z yang sangat familiar dengan penggunaan teknologi digital seperti internet. Hal ini memberikan potensi terhadap Lokapasar yang berdampak terhadap persaingan di industri bisnis *E-commerce* dalam aktivitas pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ulasan produk dan iklan terhadap keputusan pembelian oleh Generasi Z di Kota Bandung pada Lokapasar Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dan jumlah responden sebanyak 200 orang Generasi Z di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ulasan produk memperoleh hasil sebesar 75,7% dan masuk dalam kategori baik, variabel iklan memperoleh hasil sebesar 73,8% dan masuk dalam kategori baik, serta variabel keputusan pembelian memperoleh hasil sebesar 77,1% dan masuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menghasilkan bahwa ulasan produk dan iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh Generasi Z di Kota Bandung pada Lokapasar Shopee.

Kata Kunci: Ulasan Produk, Iklan, Keputusan Pembelian, Generasi Z