

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* pilihan masyarakat Indonesia yang menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan pesaing lain. Hal ini yang kemudian memicu Shopee terus memberikan inovasi dengan bekerjasama dengan para UMKM agar mampu memenangkan persaingan dan meningkatkan keputusan pembelian. Berbagai upaya tentu dilakukan dalam meningkatkan pembelian, misalnya ulasan produk, kemudahan penggunaan dan harga yang ditawarkan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ulasan produk, kemudahan pengguna dan harga terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee di Kota Surakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebanyak 100 responden konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk melalui *marketplace* Shopee di Surakarta. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan analisis variabel ulasan produk, kemudahan pengguna dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Shopee di Surakarta dengan besarnya pengaruh sebesar 93,2% dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Ulasan Produk, Kemudahan Pengguna, Harga dan Keputusan Pembelian.