

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengaruh *Word Of Mouth*, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi *Online* Shopee. Surey penelitian dilakukan pada seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang.

Penelitian ini menggunakan teknik *purpose sampling* dengan metode *survey* melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang dengan mengambil sampel 100 sebagai konsumen yang pernah menggunakan media *online shop* Shopee. Menggunakan metode pengumpulan *lemesshow* karena jumlah responden yang tidak diketahui. Metode pengumpulan data menggunakan *google form*. Analisis data secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS 21.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian, Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Serta terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara *Word Of Mouth*, Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media *Online* Shopee.

Kata Kunci : Word Of Mouth, Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian

Abatrack

This research aims to find out, explain and analyze the influence of Word of Mouth, Lifestyle and Price on Purchase Decisions for the Shopee Online Application. Survey research was conducted on all students from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Semarang.

This research uses a purpose sampling technique with a survey method using a quantitative approach. The population in this study were all students from the Faculty of Economics, Muhammadiyah University, Semarang, taking a sample of 100 consumers who had used the online shop Shopee. Using the lemesshow collection method because the number of respondents is unknown. The data collection method uses Google Form. Data analysis was descriptive quantitative using the multiple linear regression analysis formula processed using SPSS 21.

The results of the research show that there is a significant influence between Word of Mouth on purchasing decisions, there is a significant influence between lifestyle on purchasing decisions, and there is a significant influence between price on purchasing decisions. And there is a simultaneous or joint influence between Word of Mouth, Lifestyle and Price on Purchasing Decisions on Shopee Online Media.

Keywords: Word of Mouth, Lifestyle, Price, Purchasing Decisions.