

## ABSTRAK

Industri fashion di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan perkembangan ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen cenderung mempertimbangkan faktor harga dan *online consumer reviews* untuk memastikan kualitas dan kepuasan mereka terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan *online consumer reviews* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen *Dialogue Group Official Shop*) yang melakukan pembelian melalui marketplace Shopee) baik secara simultan maupun parsial. Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai harga, *online consumer reviews* dan keputusan pembelian. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif, penelitian ini melibatkan 81 responden.

Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan *online consumer reviews* terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh harga dan *online consumer reviews* terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 52,8% dan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 31,13% dan pengaruh *online consumer reviews* terhadap keputusan pembelian sebesar 21,73%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, *Online Consumer Reviews*, Keputusan Pembelian