

ABSTRAK

Tingginya pertumbuhan *e-commerce*, khususnya Shopee Indonesia dalam segi transaksi mengakibatkan besarnya perubahan harga antara penjual dan konsumen inginkan. Terutama dalam lingkungan harga yang dinamis dengan perubahan yang sangat cepat dan menyesuaikan dengan faktor-faktor sehingga dibutuhkan andil penjual dan konsumen dalam penetapan suatu harga. Namun, tidak jarang ditemukan keluhan pelanggan dan penjual akan sistem dan metode yang diberikan, serta tingginya tingkat perubahan yang ada.

Sehingga untuk itu dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian lingkungan harga dinamis di Shopee Indonesia. Sehingga kesepakatan antara pelanggan dan penjual ditemukan saat melakukan sebuah transaksi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan disebarluaskan melalui media komunikasi *online* dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, Line dan WhatsApp dan diperuntukan untuk 400 orang responden yang berasal dari penghitungan Slovin yang merupakan pengguna aplikasi dan *website* Shopee. Selanjutnya akan diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS dengan metode analisis *Principal Component Analysis*.

Dihasilkan enam faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen shopee untuk melakukan pembelian pada lingkungan harga yang dinamis antara lain yaitu kesadaran harga dinamis pada *e-commerce*, persepsi harga, pengalaman berbelanja, kepercayaan pada sistem, strategi membeli dan masalah privasi.

Sehingga disarankan untuk Shopee dapat fokus pada membangun dan mengembangkan faktor-faktor yang terdapat dalam penelitian ini yaitu kesadaran harga dinamis pada *e-commerce*, persepsi harga, pengalaman berbelanja, kepercayaan pada sistem, strategi membeli dan masalah privasi. Maka diperlukan suatu pemahaman mengenai perilaku pelanggan dan bagaimana reaksi pelanggan terhadap penetapan harga yang dinamis, terutama dalam membuat pelanggan dan penjual lebih sadar akan dengan solusi penetapan harga yang dinamis yang menjadi *win win solution* antara penjual dan pembeli. Sehingga akan membentuk keputusan pembelian konsumen yang baik.

Kata Kunci: Faktor Harga Dinamis, Shopee, *Principal Component Analysis*