

ABSTRAK

Minat beli konsumen penting dalam meningkatkan penjualan. Minat beli konsumen telah mengalami pergeseran, dari berbelanja langsung menjadi berbelanja dalam jaringan (daring). Pangsa pasar daring di Indonesia dipimpin oleh Shopee dengan keunggulan harga yang murah. Shopee, juga memimpin pangsa pasar daring produk kecantikan dan perawatan dengan mayoritas konsumen perempuan milenial di Pulau Jawa. Namun minat beli tersebut mengalami penurunan sehingga perusahaan perlu mengevaluasi kembali keunggulan kompetitifnya, yaitu harga yang merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat pembelian dalam jaringan. Terdapatnya inkonsistensi dalam hasil penelitian serta belum adanya penelitian yang spesifik pada segmen konsumen tertentu. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli produk kecantikan dan perawatan di Shopee pada Perempuan Milenial di Pulau Jawa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survei dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan data kuesioner dari 385 sampel yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* pada populasi perempuan milenial Pulau Jawa yang pernah membeli produk kecantikan dan perawatan di Shopee.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kecantikan dan perawatan di Shopee sebesar 53%, sedangkan 47% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: minat beli, harga, belanja daring, kecantikan, milenial