

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan industri produk elektronik rumah tangga di platform e-commerce menuntut perusahaan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek GOTO Living. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei kepada 100 responden, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, meskipun keduanya memiliki arah hubungan positif. Temuan ini mengindikasikan perlunya perusahaan mempertimbangkan faktor lain di luar harga dan desain, seperti citra merek, pengalaman pengguna, dan strategi pemasaran digital, untuk mendorong keputusan pembelian di era persaingan e-commerce yang ketat.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, Keputusan Pembelian, *E-commerce*, GOTO Living