

Analysis Of The Effect Of Price, Product Quality, And Promotion On Shopee Marketplace Purchase Decisions

By Rizky Dwijantoro

Abstract

This research uses a quantitative descriptive method that is carried out on the Shopee marketplace. The purpose of this research is to find out and prove whether purchasing decisions on the Shopee marketplace are influenced by Price, Product Quality and Promotion. The population in this study were students who had made purchases through Shopee. The sample taken in this study amounted to 75 respondents with purposive sampling method. By patiently taking the questionnaire through googleform. The analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis using Partial Least Square (PLS) analysis tool. The results showed that the variable price and product quality had an effect on purchasing decisions as well as promotion variables which had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Purchase Decision, Price, Product Quality, Promotion.

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee

Oleh Rizky Dwijantoro

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakan pada marketplace Shopee. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada marketplace Shopee dipengaruhi oleh Harga, Kualitas Produk dan Promosi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian melalui Shopee. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu berjumlah 75 responden dengan metode Purposive Sampling. Dengan menyebarkan kuisisioner melalui googleform. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian begitupun dengan variabel promosi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Promosi.