

THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN THE SHOPEE APPLICATION

By Panji Wibisono

Abstract

This research is included in quantitative research which aims to find out and prove the effect of price, brand image and product quality on purchasing decisions on the Shopee application. The population used in this study are Shopee application users in the Jakarta area. Sampling used non-probability sampling with a sampling technique that is purposive sampling and obtained a sample of 100 respondents. Data collection was carried out in this study by distributing questionnaires to respondents using the Google Form. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis and inferential analysis where the tool for analyzing the data in this study is using SmartPLS version 4.0.8.4. The results obtained in this study are: (1) the price variable has no effect and is not significant on the purchase decision, (2) the brand image variable has no effect and is not significant on the purchase decision, (3) the product quality variable has a significant and significant effect on the purchase decision. Price, brand image and product quality variables contribute 61.4% to purchasing decisions while the remaining 38.6% is influenced by other variables not included in this study such as promotions, service quality and others.

Keywords : Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE

Oleh Panji Wibisono

Abstrak

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan guna mengetahui dan membuktikan pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di wilayah Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dimana alat bantu untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan SmartPLS versi 4.0.8.4. Adapun hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah : (1) variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) variabel citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga, citra merek dan kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 61.4% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan di dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas layanan dan lain lain.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian