

The Influence of Price and Product Quality on Purchasing Decisions at Shopee E-Commerce in Central Jakarta

By Ananda Fatimah Khairunnisa

Abstract

In the rapid and increasingly modern era, the use of the internet for various purposes has spread widely across various industrial sectors and communities. The development of the internet has had a significant impact on the fields of technology, economy, and business. The increasing trend in business behavior, showing a significant upward graph, indicates that the role of the internet is crucial for economic progress, both for companies and individuals. The purpose of this research is to identify, prove, and analyze whether price and product quality influence purchasing decisions on Shopee e-commerce in Central Jakarta. The respondents of this research are 100 individuals who are Shopee users residing in Central Jakarta. The data is processed using SmartPLS 3.0, showing results that price and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *E-Commerce*, Price, Product Quality and Purchase Decision

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Pusat

Oleh Ananda Fatimah Khairunnisa

Abstrak

Dalam perkembangan zaman yang sangat pesat serta semakin modern penggunaan internet untuk berbagai keperluan saat ini telah menyebar ke berbagai sektor industri dan masyarakat secara luas. Perkembangan internet telah berdampak besar dalam ranah teknologi, ekonomi, dan bisnis. Meningkatnya tren perilaku pelaku usaha yang memperlihatkan grafik kenaikan yang signifikan menunjukkan bahwa peran internet sangat penting untuk kemajuan ekonomi, baik bagi perusahaan maupun individu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah harga dan kualitas produk berpengaruh dalam keputusan pembelian pada e-commerce shopee di jakarta pusat. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengguna shopee yang berdomisili di Jakarta Pusat. Data diolah menggunakan SmartPLS 3.0 yang menunjukan hasil bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian