

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, harga, dan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di lingkungan sekolah dasar negeri 1 dan 2 prayungan nganjuk. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh guru dan karyawan yang pernah membeli pada marketplace shopee.

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah penyebaran kuisioner serta observasi. Penelitian ini menggunakan metode SEM PLS 3.0 untuk menghitung dan analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian karena kualitas yang baik mengakibatkan peningkatan penjualan. Harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian karena harga dapat menunjukkan suatu kualitas produk. promosi berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian karena perusahaan mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Perusahaan diharapkan tetap menjaga kualitas produk, harga, dan promosi dengan baik agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of promotions, product quality, price, and purchasing decisions on the Shopee marketplace in the Prayungan Nganjuk 1 and 2 State Elementary School environment. The population used in this research were all teachers and employees who had purchased on the Shopee marketplace.

The sampling technique used non-probability sampling with a total sample of 40 respondents. The research method used is a quantitative approach. The technique used in collecting data is distributing questionnaires and observation. This research uses the SEM PLS 3.0 method for calculating and analyzing data.

The results of this research show that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions because good quality results in increased sales. Price has a significant positive effect on purchasing decisions because price can indicate product quality. Promotion has a significant positive effect on purchasing decisions because companies are able to influence consumers to make purchasing decisions. Companies are expected to maintain product quality, prices and promotions well to suit the needs and desires of consumers.

Keywords: Price, Purchasing Decisions, Product Quality, Promotion