

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probabilitas*. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* karena pengambilan sampel dapat secara akurat dan informasi yang digunakan tepat untuk data analisis tersebut. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya yang pernah berbelanja di aplikasi Shopee. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen Semua variabel dapat dikatakan mempunyai pengaruh secara simultan dengan baik terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen yang dapat mengalami peningkatan secara signifikan pada penelitian. Dan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan juga berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen . Hal ini menjelaskan bahwa Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan yang ada dalam Aplikasi Shopee sudah berjalan dengan baik, sehingga memberikan dampak yang positif.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, promotion, and service quality on consumer buying interest in the STIE Mahardhika Surabaya Student Shopee Application. The sampling method used is a non-probability method. This research uses accidental sampling technique because the sampling can be done accurately and the information used is appropriate for the data analysis. The sample in this study were STIE Mahardhika Surabaya students who had shopped on the Shopee application. The data used are primary data and secondary data. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression. The results of this study indicate that the variables of price, promotion, and service quality have a simultaneous influence on consumer buying interest. And the results of this study indicate that the variables of price, promotion, and service quality also partially affect consumer buying interest. This explains that the Prices, Promotions, and Service Quality in the Shopee Application have been going well, so that they have a positive impact.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Consumer Buying Interest