

## ABSTRAK

Penelitian skripsi ini dibuat untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk dalam berbelanja online shopee pada mahasiswa STIE MAHARDHIKA SURABAYA. penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang menitik beratkan pengujian hipotesis dengan analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen shopee mahasiswa STIE MAHARDHIKA. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan diperoleh jumlah sampel 100 responden. Alat uji dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda menggunakan *IBM SPSS Statistics 25*. Hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi dari analisis regresi linier berganda, dengan variabel harga sebesar 0,131, variabel kualitas produk sebesar 0,045 dan promosi sebesar 0,372. Dan penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan uji F dengan hasil  $F_{hitung} 21,961 > F_{tabel} 2,70$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang memiliki arti bahwa variable harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan uji t dengan hasil harga  $t_{hitung} 2,189 > t_{tabel} 1,984$ , kualitas produk  $t_{hitung} 0,669 < t_{tabel} 1,984$  dan promosi  $t_{hitung} 4,344 > t_{tabel} 1,984$  yang dapat disimpulkan variabel harga dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

## ABSTRACT

*This thesis research was made to determine the effect of price, product quality and promotion on product purchasing decisions in online shopee shopping at STIE MAHARDHIKA SURABAYA students. This study uses quantitative research that focuses on hypothesis testing by analyzing statistical methods and producing conclusions that can be generalized. The sample in this study were shopee consumers, STIE MAHARDHIKA students. The sampling technique in this study used non-probability sampling with purposive sampling method, and obtained a sample of 100 respondents. The test equipment in this study used multiple linear regression using IBM SPSS Statistics 25. The results of this study obtained the regression coefficient value from multiple linear regression analysis, with a price variable of 0.131, product quality variable of 0.045 and promotion of 0.372. And this research was conducted to test the hypothesis with the F test with the results of  $F_{count} 21.961 > F_{table} 2.70$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$ , which means that price, product quality and promotion variables have a simultaneous effect on purchasing decision variables. And the t-test with the results of the price  $t_{count} 2.189 > t_{table} 1.984$ , product quality  $t_{count} 0.669 < t_{table} 1.984$  and promotion  $t_{count} 4.344 > t_{table} 1.984$  which can be concluded that price and promotion variables have a significant influence on purchasing decision variables. While the product quality partially has no effect on purchasing decisions.*

**Keywords : Price, Product Quality, Promotion and Purchase Decision**