

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi online, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk atasya secara *online*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi *online*, kualitas produk dan harga. Sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini menggunakan keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen toko online atasya. Sampel sebanyak 100 responden dalam penelitian ini dipilih dengan metode purposive sampling yaitu pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) promosi *online* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk atasya secara *online*; (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk atasya secara *online*; (3) harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk atasya secara *online*; dan (4) promosi *online*, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk atasya secara *online*;

**Kata Kunci:** promosi *online*, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*This research aimed to examine the effect of online promotion, product quality, and price on purchasing decision of atasya product by online. While, the independent variabel were online promotion, product quality, and price. Meanwhile, the dependent variabel was purchasing decision. The research was quantitative. The research population are all atasya online shop consumers. Sample covered 100 respondents in this research is used purposive sampling technique, in which the sample was based on determined criteria. The data collection method was a questionnaire. For the data analysis technique it used multiple linear regression with SPSS 25.*

*The research result showed that: (1) online promotion had significant effect on purchasing decision of atasya product by online; (2) product quality had significant effect on purchasing decision of atasya product by online; (3) price had insignificant on purchasing decision of atasya product by online; and (4) online promotion, product quality, and price together had effect on purchasing decision of atasya product by online.*

**Keyword:** *online promotion, product quality, price, and purchasing decision*