

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Pada Marketplace Tokopedia di Kota Medan

Vera, Vincent

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada evaluasi dan analisis dampak dari kualitas produk, citra merek, aktivitas promosi, serta ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Meskipun Tokopedia menempati posisi kedua dalam hal jumlah kunjungan dibandingkan pesaing utamanya, Shopee, dan berhasil mengungguli kompetitor lain, platform ini masih menghadapi tantangan dalam memenangkan keputusan pembelian konsumen dibandingkan Shopee. Kualitas produk, citra merek, promosi, dan ulasan diyakini menjadi variabel krusial yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Studi ini secara spesifik menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian di Tokopedia oleh konsumen yang berdomisili di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden dari Kecamatan Medan Marelan, yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Temuan studi ini mengindikasikan bahwa kualitas produk, citra merek, promosi, dan ulasan secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, keempat variabel tersebut secara simultan berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, brand image, promosi, ulasan, keputusan pembelian