

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

Windy Laudya
Riyo Pramono Garcia
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Konsumen memiliki banyak pilihan dalam hal lokasi pembelian karena banyaknya persaingan e-commerce atau aplikasi pembelian. Pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee adalah tujuan penelitian ini. Metode penelitian adalah kuantitatif. Jumlah sampel yang diambil dari 97 orang yang menjawab menggunakan metode sampling convenience. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi, dan kepercayaan pelanggan berdampak secara parsial dan simultan pada keputusan pembelian Shopee.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Customers have a lot of options when it comes to where to make purchases due to the intense rivalry in e-commerce and purchasing applications. The purpose of this study is to examine how consumer confidence, product quality, and promotions affect Shopee purchase decisions. The study employs a quantitative approach. Convenience sampling procedures yielded a sample size of 97 respondents. Multiple regression analysis is one method of data analysis. Product quality, promotions, and customer confidence all have a partial and simultaneous impact on Shopee purchase decisions.

Keywords: Product Quality, Promotion, Consumer Confidence, Purchasing Decisions