

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SHOPEE KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI

**“Diajukan Guna Memenuhi Syarat untuk mendapatkan Gelar strata satu Sarjana
Ekonomi (SE)”**



Disusun Oleh :
DIAN NUGRAHA PRATAMA
NPM: 1910061201040

Dosen Pembimbing :
ZEFRI EFDISON, S.KOM., M.M
NIDN : 1026047301

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SHOPEE KOTA SUNGAI PENUH**

DIAN NUGRAHA PRATAMA

Pembimbing Zefri Efdison, S.KOM., M.M
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini (1) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian dan berapa besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kotasungai penuh? (2) Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian dan berapa besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di sungai penuh? (3) Apakah terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian dan berapa besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di sungai penuh? (4) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian dan berapa besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di sungai penuh? Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian dan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di shopee (2) Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian dan besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di shopee (3) Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian dan besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di shopee (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian dan besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di shopee. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} yaitu $7,745 > 2,725$. Besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh adalah 29,3% sedangkan sisanya (100% - 29,3% = 70,7%) faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Keputusan Pembelian

**EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION
ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS
SHOPEE IN THE RIVER CITY IS FULL**

DIAN NUGRAHA PRATAMA

Supervisor Zefri Efdison, S.KOM., M.M
**Management Study Program at the Sakti Alam Kerinci School of Economics (STIE),
Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh**

ABSTRACT

The formulation of the problems in this study (1) Is there a partial effect of product quality on purchasing decisions and how much influence does product quality have on purchasing decisions of shoppee consumers in the city of Sungai Kunci? (2) Is there a partial price effect on purchasing decisions and how big is the price effect on purchasing decisions of shopee consumers in full river ? (3) Is there a partial effect of promotion on purchasing decisions and how big is the influence of promotion on purchasing decisions of shopee consumers in Full River? (4) Is there a simultaneous effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions and how much influence does product quality, price and promotion have on purchasing decisions of Shopee consumers in full rive? The purposes of this study are (1) To determine the partial effect of product quality on purchasing decisions and the magnitude of the influence of product quality on consumer purchasing decisions at Shopee (2) To determine the partial effect of price on purchasing decisions and the magnitude of the effect of price on purchasing decisions at Shopee (3) To determine the effect of promotions partially on purchasing decisions and the magnitude of the influence of promotions on purchasing decisions at shopee (4) To determine the effect of product quality, price and promotions simultaneously on purchasing decisions and the magnitude of the influence of product quality, prices and promotions on purchasing decisions at the shop. The analysis used in this study is descriptive quantitative. The results of the study explain that based on the results of the research it is explained that product quality, price and promotion simultaneously have a significant positive effect on the buying decision of shoppee consumers in Sungai Full city. The hypothesis results explain that the value of F_{count} is greater than F_{table} is $7.745 > 2.725$. The magnitude of the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions of shoppee consumers in Sungai Full city is 29.3% while the rest ($100\% - 29.3\% = 70.7\%$) are other factors not explained in the this research

Keywords: Product Quality, Price, Promotion And Purchase Deci