

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS SUATU PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

Muhammad Rivhal Agustyawan<sup>1)</sup>, Teguh Prasetyo S.E., M.Si.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas suatu produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee di kalangan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan data kuesioner dan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya yang menggunakan shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas suatu produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, dalam pembelian produk di *marketplace* shopee.

**Kata Kunci:** *Kualitas suatu produk, harga, promosi, keputusan pembelian, kuantitatif, purposive sampling*