

ABSTRAK

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

Muhammad Rivhal Agustyawan¹⁾, Teguh Prasetyo S.E., M.Si.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ 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*