

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pernah berbelanja di Shopee dengan jumlah yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus dari Djarwanto dan pangestu (2003). Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

*Kata Kunci: Iklan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*



## **ABSTRACT**

*The study aims to analyze the effect of advertising, product quality, and price on consumer purchasing decisions at Shopee. The population in the study was that consumers had shopped at Shopee for an unknown amount. The sample used is as many as 100 consumers, calculated based on the formula from Djarwanto and Pangestu (2003). The sample withdrawal method uses purposive sampling. The data collection method uses survey methods, with research instruments being questionnaires. Quantitative analysis methods using statistics. This research proves that advertising has a significant positive effect on purchasing decisions. Product quality has a significant positive effect on purchasing decisions. Price has a significant positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Advertising, Product Quality, Price, Purchase Decision***



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA