

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, *Brand Image* dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Shopee. Objek penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan aplikasi dan membeli produk tersebut. Penelitian ini dilakukan terhadap 40 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan sedangkan *Brand Image* memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai signifikan dan tidak signifikan dari ketiga variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Keywords : Keputusan Pembelian, Promosi, *Brand Image*, Harga



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, brand image, and price on the purchasing decision of online Shopee Stores. The object of this research is customer used the application and bought the product. This research was conducted on 40 respondents. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using purposive sampling. Data analysis in this study used multiple regression with the help of SPSS 23 software. The results showed that promotion and price had a positive and significant influence on purchasing decisions. While brand image had a negative and insignificant on purchasing decisions. This is evidenced by the results of hypothesis testing which show significant and insignificant values off the three independent variables that support the hypothesis

Keywords : Purchase Decision, Brand Image, Promotion, Price Perception

