

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada E-Commerce Staytic Stuff. Variabel bebas yang diperoleh dari hasil survei pendahuluan adalah Kualitas produk, Promosi, dan Harga. Sedangkan variabel terikat yang akan diperoleh adalah keputusan pembelian. Metode analisis data menggunakan Variance Based Structural Equation Modelling Partial Least Square (PLS) dan Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Sample yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk yang tinggal di wilayah Universitas Mercu Buana Jakarta sebanyak 170 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan Structural Equation Model (SEM). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi sangat berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga sangat berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, promosi, harga, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aims to discuss the factors that influence purchasing decisions on E-Commerce Staytic Stuff. The independent variables obtained from the results of the preliminary survey are product quality, promotion, and price. While the dependent variable to be obtained is the purchase decision. Methods of data analysis using Structural Equation Modeling Based Variance Partial Least Square (PLS) and Statistical Product and Service Solutions (SPSS). The sample that will be used in this study is the population living in the Mercu Buana University area, Jakarta, with a total of 200 respondents. The sampling technique used is the Stuctural Equation Model (SEM). By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, promotions have a significant positive effect on purchasing decisions and price has a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: product quality, promotion, price, purchase decision*

