

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *EVENT* 10.10 DI *E-COMMERCE* SHOPEE

Euphrasius Verona

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2022

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Event* 10.10 di *E-Commerce* Shopee”

Penelitian yang dikategorikan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling*. Jumlah sampel berjumlah 100 responden yang diukur menggunakan skala interval. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara yang diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *event* 10.10 *e-commerce* Shopee yang dibuktikan melalui nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,524 > 0,05$. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *event* 10.10 *e-commerce* Shopee yang dibuktikan melalui nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,144 > 0,05$. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *event* 10.10 *e-commerce* Shopee yang dibuktikan melalui nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,183 > 0,05$. Pada uji statistik simultan, variabel gaya hidup konsumtif, promosi, dan kualitas produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *event* 10.10 di *e-commerce* Shopee, hal itu dibuktikan dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,372 > 0,05$. Pada uji koefisien determinasi, nilai *RSquare* yang diperoleh sebesar 0,032 yang berarti variabel gaya hidup konsumtif, promosi, dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 3,2%. Sehingga terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan variabel keputusan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMPTIVE LIFESTYLE, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY TOWARDS PURCHASING DECISION AT THE 10.10 EVENT AT SHOPEE E-COMMERCE

Euphrasius Verona
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This research is a study conducted to analyze "The Influence of Consumptive Lifestyle, Promotion, and Product Quality on Purchase Decisions at Event 10.10 at E-Commerce Shopee". The research is categorized as quantitative with non-probability sampling technique. The number of samples is 100 respondents which is measured using an interval scale. Data collection techniques used questionnaires and interviews which were processed using the SPSS 16.0 program.

The results showed that the consumptive lifestyle variable had no influence towards purchasing decisions at the 10.10 e-commerce Shopee event that evidenced by the significance value obtained at $0.524 > 0.05$. The promotion variable had no influence towards purchasing decisions at the 10.10 e-commerce Shopee event that evidenced by the significance value obtained at $0.144 > 0.05$. The product quality variable had no influence towards purchasing decisions at the 10.10 Shopee e-commerce event that evidenced by the significance value obtained at $0.183 > 0.05$. In the simultaneous statistical test, the variables of consumptive lifestyle, promotion, and product quality had no simultaneous influence towards purchasing decisions at the 10.10 event at Shopee e-commerce, it is evidenced by the significance value obtained at $0.372 > 0.05$. In the coefficient of determination test, the RSquare value obtained is 0.032, which means that the consumptive lifestyle, promotion, and product quality variables are able to explain the purchasing decision variable of 3.2%. So there are other variables that can explain the decision variables in this research.

Keyword: Consumptive Lifestyle, Promotion, Product Quality, Purchasing Decision

