

ABSTRAK

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA *E-COMMERCE*
LAZADA**

Umbu Rihi Lama
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* Lazada. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Indonesia yang pernah membeli produk *fashion* di *e-commerce* Lazada. Jumlah sampelnya adalah sebanyak 96 orang yang di ambil dari sebagian masyarakat yang berada di Indonesia yang pernah membeli produk *fashion* di *e-commerce* Lazada. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS *statistics* 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) promosi, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *ecommerce* Lazada, 2) promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* Lazada, 3) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* Lazada, 4) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* Lazada.

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

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE AND PRODUCT
QUALITY ON THE PURCHASING DECISION OF FASHION
PRODUCTS ON LAZADA E- COMMERCE**

Umbu Rihi Lama
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine the influence of promotion, price and product quality on the purchasing decision of fashion products on Lazada e-commerce. The population in this study is people in Indonesia who have bought fashion products on Lazada e-commerce. The total sample is as many as 96 people taken from some people in Indonesia who have bought fashion products on Lazada e-commerce. The test instruments used are validity tests and reliability tests. The data analysis techniques used in this study are descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis test. Data processing using SPSS statistics 23.0 software. The results showed that 1) promotion, price and product quality simultaneously have a significant effect on the purchase decision of fashion products on Lazada e-commerce, 2) promotion partially has no effect on the purchase decision of fashion products on Lazada e-commerce, 3) price partially has no effect on the purchase decision of fashion products on Lazada e-commerce, 4) product quality partially influences the purchasing decision of fashion products on Lazada e-commerce.

Keywords: promotion, price, product quality and purchasing decision