

ABSTRACT

Changes in the all-digital era make all business people change the way they promote the products they sell, the use of technology is used to be able to influence consumers to choose Hiraja.id products or brands to be their choice in the midst of a tight clothing market. Through the use of live media for promotion and price quotes that are presented. The purpose of this study is to determine the condition of shopee live promotion carried out by Hiraja.id (1) To determine the price conditions provided by Hiraja.id. (2) To find out the conditions of the Purchase Decision at Hiraja.id. (3) To analyse the effect of Promotion on Purchasing Decisions at Hiraja.id. (4) To analyse the effect of Price on Purchasing Decisions at Hiraja.id. (5) To analyse the effect of Promotion and Price on Purchasing Decisions at Hiraja.id. This research includes descriptive and verification research with a quantitative approach. The population in this study were 7,125 consumers who bought Hiraja.id products in January 2022 - October 2023. The sample technique used was obtained as many as 107 people. This data was collected through a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique in this study uses multiple regression analysis tests with a significant level of 5% or 0.05. The program and application used to perform data analysis and processing is using IMB SPSS Version 26. Based on the results that respondents' answers to promotions are in the good category, prices are in the good category and purchasing decisions are in the good category. Based on the hypothesis test simultaneously promotion and price have a positive and significant effect on purchasing decisions at Hiraja.id by 1.699%

ABSTRAK

Perubahan era yang serba digital membuat seluruh pelaku usaha merubah cara mereka mempromosikan produk yang mereka jual, pemanfaatan teknologi digunakan agar mampu mempengaruhi konsumen untuk memilih produk atau brand Hiraja.id menjadi pilihan mereka ditengah pasar bidang pakaian yang ketat. Melalui pemanfaatan media live untuk promosi serta penawaran harga yang disuguhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui kondisi Promosi shopee live yang dilakukan oleh Hiraja.id (1) Untuk mengetahui kondisi Harga yang diberikan Hiraja.id. (2) Untuk mengetahui kondisi Keputusan Pembelian di Hiraja.id. (3) Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Hiraja.id. (4) Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Hiraja.id. (5) Untuk menganalisis pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Hiraja.id. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.125 konsumen yang membeli produk Hiraja.id pada Januari 2022 – Oktober 2023. Teknik sample yang digunakan diperoleh sebanyak 107 orang. Data ini dikumpulkan melalui kuisioner yang telah diuji validitas dan uji reabilitasnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi berganda dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Program dan aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis dan pengolahan data yaitu menggunakan IMB SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil yang jawaban responden promosi berada pada kategori baik, harga berada pada kategori baik dan keputusan pembelian berada dalam kategori baik. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Hiraja.id.

Kata kunci : Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian