

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT. Ammarkids Indonesia di *Marketplace* Shopee

Oleh: Herawati Sri Rahayu

Beberapa konsumen PT. Ammarkids Indonesia yang berbelanja di *marketplace* Shopee cenderung mempertimbangkan kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Jika kualitas produk yang ditawarkan baik, konsumen merasa puas dan lebih yakin untuk melakukan pembelian. Selain itu, konsumen juga sering membandingkan harga produk PT. Ammarkids Indonesia dengan penjual lain di Shopee sebagai bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan. Harga yang kompetitif menjadi salah satu faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Ammarkids Indonesia di *marketplace* Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan di analisis menggunakan berbagai uji statistik termasuk uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien korelasi koefisien determinasi serta pengujian hipotesis melalui aplikasi SPSS versi 27. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Ammarkids Indonesia di *marketplace* Shopee sebanyak 4.464 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas produk yang baik dan harga yang bersaing sebagai strategi utama dalam meningkatkan keputusan pembelian di *marketplace* Shopee.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions of PT. Ammarkids Indonesia in the Shopee Marketplace

By: Herawati Sri Rahayu

Some consumers of PT. Ammarkids Indonesia who shop on the Shopee marketplace tend to consider product quality before making a purchase. If the product quality offered is good, consumers feel satisfied and more confident to make a purchase. In addition, consumers often compare the prices of PT. Ammarkids Indonesia's products with other sellers on Shopee as a consideration before making a decision. Competitive pricing is one of the important factors influencing consumers' purchase decisions. This study aims to identify, describe, and analyze the influence of product quality and price on the purchase decisions of PT. Ammarkids Indonesia's consumers on the Shopee marketplace. The method used in this research is quantitative with descriptive and associative approaches. Data collection techniques were carried out through questionnaires and analyzed using various statistical tests including validity, reliability, normality, heteroscedasticity, multicollinearity, multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing using the SPSS version 27 application. The population in this study was all consumers of PT. Ammarkids Indonesia in the Shopee marketplace totaling 4,464 people, with a sample of 150 respondents selected using a simple random sampling technique. The results show that partially, both product quality and price have a positive and significant effect on purchase decisions. Simultaneously, these two variables also have a positive and significant influence on consumers' purchase decisions. These findings emphasize the importance of good product quality and competitive pricing as key strategies to improve purchase decisions on the Shopee marketplace.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision