

promosi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *marketplace* Shopee, dengan besarnya pengaruh sebesar 65%.

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini konsisten dengan teori yang dikemukakan oleh ahli yaitu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Dila Purnama Sari dan Euis Soliha (2021) yang menyatakan bahwa Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat erat hubungannya dengan keberlangsungan suatu usaha, konsumen akan melakukan pembelian apabila imbal balik yang didapat setara atau melebihi yang diharapkan oleh konsumen tersebut. Kualitas produk, harga dan promosi biasa dijadikan sebagai keunggulan yang mampu untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, dimana produsen harus mampu memberikan harapan yang diinginkan oleh konsumen, harapan-harapan tersebut seperti harga yang terjangkau oleh semua kalangan, produk yang berkualitas serta pelayanan yang cepat, tanggap dan memuaskan.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini konsisten dengan Kualitas produk, harga, dan promosi yang dilakukan oleh *marketplace* Shopee sudah cukup baik. Namun demikian, sejalan dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap *marketplace* yang sesuai kebutuhan konsumen dan dapat bersaing dengan *marketplace* belanja online lainnya, maka kualitas produk, harga, dan promosi harus lebih ditingkatkan lagi agar konsumen tetap memilih belanja di *marketplace* Shopee. Sehingga disarankan bagi konsumen bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan informasi yang kemudian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam setiap melakukan pembelian suatu produk dan bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas variabel penelitian sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat. Hal ini diusulkan karena telah terbukti bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 65%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 35%

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Fahrevi, S. R., & Satrio, B. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–15.
- [2] Margaretha, F. 2017. Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5 (4)
- [3] Margaretha, F. 2017. Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5 (4)
- [4] Setiadi, J. N. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- [5] Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- [6] Mustikasari, et al. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopian Merek Gading Gajah Gresik. *e-Jurnal EMBA Vol.1 No.4*, Universitas Negeri Surabaya. <http://ejournal.unesa.ac.id>
- [7] Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- [8] Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- [9] Rahmawati, 2018. Pengaruh Harga Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(4)
- [10] Sutrisno. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana
- [11] Radha A., & Tri I. F. R. 2022. Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/ I Uinsu Dengan Structural Equation

- Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*. 9(2). 593-604
- [12] Dila,P.S. & Euis, S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia Di Kota Semarang. *Proceeding SENDIU*
- [13] Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- [14] Fardiani, A. N. 2013. "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang". *Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro*.