

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era saat ini semakin menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dimana segala aktivitas bisa lebih mudah dan cepat dengan mengakses internet. Transformasi perilaku masyarakat merupakan salah satu tantangan bagi perusahaan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia adalah Shopee.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Produk (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas Telkom. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Telkom dari berbagai program studi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Telkom. Jumlah responden sebanyak 395 mahasiswa Universitas Telkom. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, analisis determinasi (r^2) dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Data diproses menggunakan SPSS v.21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Telkom. Kedua variabel Kualitas Produk (X1) dan Promosi (X2) juga memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Telkom.

Berdasarkan hasil penelitian ini, saya memberikan beberapa saran untuk Shopee diantaranya Shopee harus memberikan aturan bahwa *seller* harus menjual produk dengan kualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan, Shopee harus meningkatkan promosi produk dan sosialisasi tentang kemudahan penggunaan aplikasi. Saran bagi penjual adalah *seller* harus menjaga kualitas produk, agar kepuasan pembeli meningkat dan melakukan pembelian kembali, selain itu penjual harus memberikan promosi secara berkala untuk menarik lebih banyak pembeli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian