

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk fashion di marketplace shopee. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 90 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner melalui bantuan *google form* yang diolah melalui SPSS versi 26 dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk fashion pada mahasiswa Manajemen FEB Universitas Jambi. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti sebagai referensi ilmiah, bagi mahasiswa Program Studi S1 Manajemen FEB Universitas Jambi sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, serta bagi pihak marketplace Shopee sebagai masukan dalam meningkatkan strategi harga dan kualitas pelayanan demi kepuasan konsumen.

Kata kunci : harga; kualitas pelayanan; keputusan pembelian; produk fashion; mahasiswa Program Studi S1 Jurusan Manajemen FEB Universitas Jambi.

ABSTRAK

This study is a quantitative research result that aims to determine the effect of price and service quality on purchasing decisions for fashion products in the Shopee marketplace. The research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 90 respondents. The data collection technique uses a questionnaire through the help of a Google form processed through SPSS version 26 and the data analysis technique uses multiple linear regression. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, based on the results of simultaneous test statistical calculations, it shows that price and service quality simultaneously influence purchasing decisions for fashion product purchase decisions for FEB Management students at Jambi University. And the results of this study are expected to contribute to researchers as a scientific reference, for students of the FEB Management Undergraduate Program at Jambi University as a consideration in making purchasing decisions, and for the Shopee marketplace as input in improving pricing strategies and service quality for consumer satisfaction.

Keywords: *price; service quality; purchasing decisions; fashion products; undergraduate students of Management Department FEB Jambi University.*