

# **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMNGGUNAKAN E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN KARANG INTAN**

Nahdiati<sup>1</sup>, Aida Vitria<sup>2</sup>, Ervica Zamilah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin.

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

E-mail: [1nahdiatiakn@gmail.com](mailto:1nahdiatiakn@gmail.com), [2vitriaaida@gmail.com](mailto:2vitriaaida@gmail.com), [3zamilahervica@gmail.com](mailto:3zamilahervica@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian menggunakan e-commerce Shopee pada masyarakat di Kecamatan Karang Intan. Populasi penelitian ini merupakan seluruh masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Karang Intan dengan sampel sebesar 100 responden dengan analisis linier berganda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu kuesioner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 1) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee pada masyarakat Kecamatan Karang Intan. 2) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee pada masyarakat Kecamatan Karang Intan. 3) Harga dan Promosi berpengaruh bersamaan (simultan) terhadap Keputusan Pembelian di *E-commerce* Shopee pada masyarakat Kecamatan Karang Intan. 4) Harga adalah pengaruh paling dominan diantara 2 variabel independent yaitu variabel harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di *E-commerce* Shopee pada masyarakat Kecamatan Karang Intan.

Kata kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

## **REFERENSI**

- Adrian, Hadita, Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.
- Ari Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (maya, Ed.) Yogyakarta: ANDI.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- AZHAR, M. (2018). *titik Persentase Distribusi t*. Retrieved from WordPress: <https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/10/tabel-t.pdf>
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Devi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Dh, A. F. (2017). *Pemasaran Internasional*. Malang: Empatdua.

- Effendi, Setyaningrum, A., & Udaya, J. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Maya, Ed.) Yogyakarta: ANDI.
- Fauzi, A. (2017). *Pemasaran Internasional*. Malang: Empatdua.
- Istiqamah. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Binuang Karya Bersama Binuang.
- Kamilah, E. N. (2015). *Distribusi nilai r tabel signifikansi 5% dan 1%*. Retrieved from UPI repository: [http://repository.upi.edu/14867/16/S\\_PEA\\_1005771\\_Appendix7.pdf](http://repository.upi.edu/14867/16/S_PEA_1005771_Appendix7.pdf)
- Khotimah, K. (2018). *Tabel Uji F*. Retrieved from dspace: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7943/0840-Lampiran%207%20Tabel%20uji%20F%20dan%20tabel%20uji%20T.pdf?sequence=16&isAllowed=y>
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Mulyo, F. A. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE (Studi Empiris pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). Other thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Muspaha. (2023). *Platform Digital : Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan*. Rena Cipta Mandiri.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI : Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. (A. S. Ahmar, Ed.) Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Sahrin, Febriyah, A., & Emi, Q. (2022). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Qiara Media.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. yogyakarta: Deepublish.
- Yosef, T., & Rangga, Y. D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas produk*. (Kodri, Ed.) Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Yusuf, A. (2022). *Manajemen Pemasaran I*. Insan Cendekia Mandiri.