

ABSTRACT

Several important elements can influence a person in making a decision on a desire to buy a particular product. These elements are general and can often be said to be a consideration for someone to buy something. In this study, the researcher uses the elements of Price, Product Quality, and Online Marketing which will be tested for their influence on the Purchase Decision of a musical instrument in the form of a durmband sold by PT Mahakarya Berkah Sejahtera, Surabaya. This study obtained samples using purposive sampling technique and the total respondents obtained were 75 people. Researchers used questionnaires and quantitative approaches as a medium to obtain data from respondents. The data obtained by the researcher was then processed using the SPSS program to find numbers-based results. The researcher found the results that four test elements containing Price, Product Quality, and Online Marketing were considered to have a positive also significant influence on the elements tested, namely Purchase Decisions.

Keywords: *Price, Product Quality, Marketing Online, Purchase Decision*

ABSTRAK

Beberapa elemen penting dapat memengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan terhadap suatu keinginan untuk membeli produk tertentu. Elemen-elemen tersebut bersifat umum dan bisa dikatakan sering menjadi bahan pertimbangan seseorang untuk membeli sesuatu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan elemen Harga, Kualitas Produk, dan *Marketing Online* yang akan diuji pengaruhnya pada Keputusan Pembelian alat musik berupa *durmband* yang dijual oleh PT Mahakarya Berkah Sejahtera Surabaya. Riset ini memperoleh sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan total responden yang didapatkan yakni sebanyak 75 orang. Peneliti menggunakan kuesioner dan pendekatan kuantitatif sebagai media untuk mendapatkan data dari responden. Data-data yang didapatkan oleh peneliti kemudian diolah menggunakan program SPSS untuk mencari hasil berbasis angka-angka. Peneliti menemukan hasil yaitu empat elemen pengujian yang berisi Harga, Kualitas Produk, serta *Marketing Online* dinilai cukup memiliki pengaruh secara positif dan signifikan pada elemen yang diuji yaitu Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Marketing Online* Keputusan Pembelian