

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi gaya hidup manusia. Sejalan dengan hal itu, kebutuhan manusia menjadi semakin beragam. Para penyedia barang dan jasa berlomba-lomba untuk menjadi yang paling unggul demi memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk itu mereka terus berinovasi baik dari segi produk maupun pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *live streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 105 responden teknik pengambilan sampel *non probablity sampling* dengan metode *purpossive sampling*. Data penelitian didapatkan dari jawaban responden pada kuesioner dengan menggunakan skala likert sebagai parameter. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi liner berganda yang sebelumnya dilakukan uji persyaratan yakni uji instrumen dan uji asumsi klasik. Dari hasil Uji t pada penilitian ini menunjukkan bahwa *live streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya. Sedangkan hasil Uji F menunjukkan hasil bahwa *live streaming video promotion*, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya.

Kata kunci: Harga Produk, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, *Live Streaming Video Promotion*.

ABSTRACT

Technology developments have greatly influenced human lifestyles. Accordingly, human needs are becoming increasingly diverse. Product and service providers are competing to be the most superior in order to meet consumer needs. So they continue to innovate both in terms of products and marketing. This study aims to analyze the effect of live streaming video promotion, product prices, and product quality on product purchasing decisions of Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya. The sample in this study amounted to 105 respondents using a non-probability sampling technique using purposive sampling method. The research data was obtained from the respondents' answers to the questionnaire using the Likert scale as a parameter. Data analysis technique used in this reasearch is the multiple linear regression analysis, the data was analyzed before by instrument test and classical assumption test. From the resultof the t test in this research, it shows that live streaming video promotion, product prices, and product quality partially influence purchasing decisions for Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya. While the result of the F test shows that live streaming video promotion, product prices, and product quality simultaneously influence purchasing decisions for Shopee users in the Gayungan sub-district of Surabaya.

Keywords: Live Streaming Video Promotion, Product Prices, Product Purchasing Decisions, Product Quality.