

ABSTRACT
ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE
PURCHASING DECISIONS FOR FASHION PRODUCTS
ONLINE IN THE SHOPEE APPLICATION

(Case Study on State University Students in Tasikmalaya City)

By

Erlin Dalilah

NPM 203401189

Supervisor 1 I: Risna Amalia Hamzah

Supervisor II : H. Aso Sukarso

The purpose of this study was to determine how the influence of product quality, promotion, consumer confidence, and income factors on purchasing decisions for fashion products in the Shopee application. The research method used is quantitative descriptive method. The data collection technique is by distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis and the analysis tool uses SPSS 26. The results of this study indicate that 1) Partially, promotion, consumer confidence, and income have a significant effect on purchasing decisions, while product quality has no significant effect on purchasing decisions for fashion products online in the Shopee application (case study on State University students in Tasikmalaya City) 2) Together product quality, promotion, consumer confidence, and income have a significant effect on online fashion purchasing decisions in the Shopee application (case study of State University students in Tasikmalaya City) The results of this study indicate that perceptions of product quality are not a top priority in making purchases so that business actors, especially on the Shopee platform, place more emphasis on promotions and services to build consumer confidence to increase sales.

Keywords: product quality, promotion, consumer confidence, income, purchasing decisions

ABSTRAK
ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION
SECARA ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE

(Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Tasikmalaya)

Oleh
Erlin Dalilah
NPM 203401189

Pembimbing I : Risna Amalia Hamzah
Pembimbing II : H. Aso Sukarso

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari faktor kualitas produk, promosi, kepercayaan konsumen, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian produk fashion pada aplikasi Shopee. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data nya yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda serta alat analisis nya menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Secara parsial promosi, kepercayaan konsumen, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara *online* pada aplikasi Shopee (studi kasus pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Tasikmalaya) 2) Secara bersama-sama kualitas produk, promosi, kepercayaan konsumen, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fashion secara *online* pada aplikasi Shopee (studi kasus pada mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Tasikmalaya) hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi terhadap kualitas produk tidak menjadi prioritas utama dalam melakukan pembelian sehingga pelaku usaha terutama di *platform* Shopee untuk lebih menekankan pada promosi dan layanan untuk membangun kepercayaan konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci : kualitas produk, promosi, kepercayaan konsumen, pendapatan, keputusan pembelian