

ABSTRAK

Muhammad Ramadhoni, 2024. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Mahasiswa Melakukan Pembelian pada Aplikasi *e-commerce* (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Banjarmasin) Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Naimah, M.H.

Kata Kunci: Promosi, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya trend belanja *online* khususnya melalui aplikasi *e-commerce* dan hal tersebut juga di gandrungi oleh mahasiswa. Banyak faktor yang menyebabkan mahasiswa melakukan transaksi pembelian pada aplikasi *e-commerce* diantaranya adalah promosi, kualitas produk dan citra merek.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Banjarmasin sebanyak 47.199 orang dan sampel ditentukan dengan *accidental sampling* sejumlah 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan: *pertama*, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (0,368), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (0,273), citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (0,285). *Kedua*, secara simultan promosi, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Melakukan Pembelian pada Aplikasi *e-commerce* (0,515).