

ABSTRAK

Mazroatun Nihayah, Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Shopee *Live* (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). Dibawah bimbingan Dr. Suyono, S.E., M.S.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian produk dari Shopee *Live* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini juga mempertimbangkan efek mediasi minat beli pada hubungan antara persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan sumber data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner terhadap responden. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa, melalui teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang termasuk kedalam kategori *non probability sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan koefisien jalur dengan bantuan program SmartPLS 4.1.0.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk dari Shopee *Live* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Begitu juga pada Variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Namun, pada Variabel persepsi harga terbukti tidak memiliki dampak atau pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk dari Shopee *Live*. Selain itu, Variabel minat beli mampu memediasi persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk dari Shopee *Live* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli.

ABSTRACT

Mazroatun Nihayah, The Influence of Price Perception and Product Quality on Purchase Decisions Through Buying Interest on Shopee Live (Study on Trunojoyo University Students of Madura). Under the guidance of Dr. Suyono, S.E., M.S.M.

This study aims to identify the influence of price perception, product quality, and buying interest on the decision to purchase products from Shopee Live in students of Trunojoyo University Madura. This study also considers the mediating effect of buying interest on the relationship between price perception and product quality on purchase decisions. The method used in this study is quantitative, with primary data sources obtained directly through filling out questionnaires to respondents. The number of respondents used was 100 students, through a purposive sampling technique which is included in the non-probability sampling category. Hypothesis testing in this study uses path coefficients with the help of the SmartPLS 4.1.0.2 program. The results of this study show that the variables of price perception and product quality have a positive and significant influence on the buying interest of products from Shopee Live in students of Trunojoyo Madura University. Likewise, the variable of product quality on purchasing decisions has a positive and significant influence. However, the variable price perception is proven to have no significant impact or influence on the decision to purchase products from Shopee Live. In addition, the variable of buying interest was able to mediate the perception of price and product quality on the decision to purchase products from Shopee Live in Trunojoyo Madura University students.

Keywords: *Price Perception, Product Quality, Purchase Decision, Buying Interest.*