

ABSTRAK

Bara Alfin Ghafiqi, 2024. *Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Produk Aerostreet (Studi asus Pengguna Shopee di Madiun)*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisns Universitas PGRI Madiun. Pembimbing I: Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M., Pembimbing II: Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.

Keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survey. Populasi penelitian adalah masyarakat kota Madiun dan sudah pernah membeli sepatu produk Aerostreet. Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Peneliti membagikan kuensioner dengan membagi link gform di media social dengan kriteria masyarakat kota Madiun dan sudah pernah membeli sepatu produk aerostreet 1X. metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan program SmartPLS4.0, untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan peneliti menggunakan rumus lemeshow yaitu 385 responden.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil survey yang menunjukkan adanya beberapa masalah keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh Promosi, *Online Customer Review*, dan Harga pada sepatu Produk Aerostreet. Hasil penelitian membuktikan bahwa Promosi, *Online Customer Review*, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu produk aerostreet.

Kata Kunci: *Promosi, Online Customer Review, Harga, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Bara Alfin Ghafiqi, 2024. *The Effect of Promotion, Online Customer Review, Prices for Purchasing Decisions of Aerostreet Product Shoes (Case Study of Shopee Users in Madiun)*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor I: Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M., Supervisor II: Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.

Purchasing decisions are a thought where individuals evaluate various choices and make choices towards certain product. This study used a quantitative approach with a survey research design. The research population was the people of Madiun City and have bought aerostreet product shoes. The technique used in this study was a purposive sampling. Researchers distributed questionnaires by dividing the google form link on social media with the criteria of the people of Madiun City and have bought one time. This research method used a quantitative approach using the SmartPls4.0 program, to determine the number of samples needed by researchers using the lemonhow formula, namely 385 respondents.

This research was conducted based on the results of a survey that shows a number of purchasing decisions that are influenced by promotion, online customer review, and prices on aerostreet product shoes. The results of the study prove that promotion, online customer review, and prices have a positive and significant effect towards the decision to purchase aerostreet product shoes.

Keywords: Promotion, Online Customer Review, Price, Purchase Decisions.