

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya fenomena nilai penjualan yang berubah dan menurun. Penurunan penjualan shopee tersebut diakibatkan oleh karena tidak adanya promo *free* ongkos kirim, *brand image* yang kurang baik dan menarik, adanya kualitas produk yang kurang baik dan menipu karena kita tidak dapat melihat produknya secara langsung, dan pelayanan yang diberikan oleh penjual membuat konsumen merasa tidak dipedulikan ketika berbelanja. Karena beberapa hal tersebut konsumen menjadi malas untuk berbelanja sehingga penjualan shopee pun menjadi menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *free* ongkos kirim, *brand image*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online shop pengguna Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee dalam berbelanja *online*. Sementara sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survei dan penyebaran kuesioner kepada pengguna Shopee dalam berbelanja *online*. Teknik analisa data yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS). Kemudian hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel (1) *Free Ongkos Kirim* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* pada pengguna Shopee. (2) *Brand Image* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online shop pada pengguna Shopee. (3) Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* pada pengguna Shopee. (4) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online shop* pada pengguna Shopee. (5) *Free Ongkos Kirim*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online shop pada pengguna Shopee.

Kata Kunci : *Free Ongkos Kirim, Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of changing and declining sales values. The decline in Shopee sales was due to the absence of free shipping promos, a bad and attractive brand image, poor and deceptive product quality because we could not see the product directly, and the service provided by the seller made consumers feel ignored. when shopping. Because of these things, consumers are lazy to shop, so shopee sales are declining. This study aims to determine how much influence free shipping, brand image, product quality and service quality have on the purchase decision of online shop Shopee users. The population in this study are Shopee users who shop online. While the samples taken were 100 respondents using quantitative techniques. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires to Shopee users when shopping online. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). Then the results of testing the hypothesis show that the variable (1) Free Shipping has a positive and significant effect on online shop purchase decisions for Shopee users. (2) Brand Image has no positive and significant effect on online shop purchase decisions for Shopee users. (3) Product quality has a positive and significant effect on online shop purchase decisions for Shopee users. (4) Service Quality has no positive and significant effect on online shop purchase decisions for Shopee users. (5) Free Shipping, Brand Image, Product Quality and Service Quality simultaneously have a positive and significant effect on online shop purchase decisions for Shopee users.

Keywords: Free Shipping, Brand Image, Product Quality, Service Quality and Purchase Decision.