

## ABSTRAK

### **Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Zalora Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

**Oleh: Roza Kurniawati**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian secara online di Zalora oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang sebanyak 100 sampel, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang telah terkumpul dianalisis secara statistic dengan analisi regresi logistik, menggunakan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Zalora dengan nilai 0.236(sig = 0.008). 2). Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Zalora dengan nilai 1.284 (sig = 0.002). 3) Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Zalora dengan nilai 0.167 (sig = 0.002). 4) Distribusi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Zalora dengan nilai 0.030 (sig = 0.002)