

ABSTRAK

Efektivitas Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee pada Masyarakat Kecamatan Wonosalam

Komunikasi pemasaran dan kualitas informasi sebagai pertimbangan dalam keputusan pembelian suatu produk oleh calon konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian produk di Shopee. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori dengan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen penelitian dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran efektif berpengaruh positif dan signifikan sebesar 41,2% terhadap keputusan pembelian produk di Shopee pada masyarakat Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak. Kualitas informasi efektif berpengaruh positif dan signifikan sebesar 86,6% terhadap keputusan pembelian produk di Shopee pada masyarakat Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak. Simpulan dalam penelitian ini yaitu Kualitas informasi lebih efektif berpengaruh positif dan signifikan sebesar terhadap keputusan pembelian produk di Shopee pada masyarakat Kecamatan Wonosalam Kabupaten Demak.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Effectiveness of Marketing Communication and Quality of Information on Shopee Product Purchasing in the Wonosalam District Community

Marketing communication and information quality as considerations in the purchase decision of a product by potential consumers. This study aims to determine the influence of marketing communication and information quality on product purchase decisions at Shopee. This type of research uses explanatory research with the sampling technique used is purposive sampling. The data collection technique used in this study used questionnaires. The data analysis used is the test of research instruments and multiple regression analysis. The results showed that effective marketing communication had a positive and significant effect of 41.2% on product purchase decisions at Shopee in the people of Wonosalam District, Demak Regency. The quality of effective information has a positive and significant effect of 86.6% on product purchase decisions at Shopee for the people of Wonosalam District, Demak Regency. The conclusion in this study is that the quality of information is more effective, it has a positive and significant effect on product purchase decisions at Shopee in the people of Wonosalam District, Demak Regency.

Keyword: *Marketing Communications, Quality of Information, Purchasing Decisions.*