

**PENGARUH HARGA, DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION
SECARA ONLINE MELALUI SITUS ZALORA**

FENDY KURNIAWAN (141120219)

Program Studi Manajemen – S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Fendyfandy18@gmail.com

ABSTRAK

Latar Belakang: Prevalensi anemia di Kabupaten Sleman mencapai angka 15%. Upaya penanggulangan anemia dilakukan dengan memberikan tablet tambah darah bagi ibu hamil. Pada pelaksanaannya ditemukan permasalahan baru yaitu ibu hamil tidak patuh mengkonsumsi tablet Fe setiap hari dengan berbagai macam alasan. Hasil studi pendahuluan di Puskesmas Prambanan tahun 2014 tercatat cakupan tablet Fe sebesar 92,34% tetapi masih terjadi kasus anemia sebanyak 31,31%, sehingga terdapat kecenderungan yang terkait dengan ketidakpatuhan ibu hamil dalam mengkonsumsi tablet Fe

Tujuan Penelitian: Mengetahui Pengaruh Harga, Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui Situs Zalora

Metode Penelitian: Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dengan teknik *Non Probability Sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk fashion secara online melalui situs zalora. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 206 orang. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil Penelitian: Harga, dan iklan televisi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Harga, dan iklan televisi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 76,4 % dan sisanya sebesar 23,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Kesimpulan: Ada pengaruh harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online melalui situs Zalora.

Kata kunci: Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian