

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR* EIGER SECARA *ONLINE* DI JAKARTA

ABSTRAK

***Abstract:** This study aims to determine the quality of products, prices, perceptions of ease of transaction towards the purchase decision of Eiger outdoor products in Jakarta. This type of research used in this study is to use quantitative methods. In this study, researchers used quantitative data from the results of distributing questionnaires via google form. The sample of this research is 168 respondents who are Eiger consumers who transact online Eiger outdoor products. The results of the observations were analyzed with the data analysis technique used was descriptive analysis and inductive analysis with the help of the SPSS program and it can be concluded that product quality, price, and perceived ease of transactions have a positive influence on purchasing decisions.*

***Keywords:** Product quality, price, perceived ease of transaction, purchase decision, Eiger.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, harga, persepsi kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* Eiger di Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form*. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 168 responden yang merupakan konsumen Eiger yang bertransaksi secara *online* produk *outdoor* Eiger. Hasil observasi di analisa dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif dengan bantuan program SPSS dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan persepsi kemudahan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Persepsi Kemudahan transaksi, Keputusan pembelian, Eiger.