

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kini tumbuh semakin pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya industri yang memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari proses bisnisnya dan *E-commerce* menjadi salah satu bentuk kemajuan teknologi saat ini, bahkan hingga pada tahun 2023 diproyeksikan penggunaan *E-commerce* akan terus tumbuh. Terdapat beberapa kategori barang konsumsi pada *E-Commerce*, salah satunya produk makanan. Pada Tahun 2022, produk makanan ringan memiliki penjualan tertinggi dibanding produk makanan sejenis lainnya. salah satu makanan ringan yang populer di *E-Commerce* adalah produk Basreng (Bakso Goreng). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk basreng di *E-Commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sampel diambil dengan metode *non probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian berada dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk basreng di *E-Commerce* dengan memberikan pengaruh sebesar 52,1% dan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen