

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Social Media* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Metode yang digunakan adalah *Structur Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS) 3.0. Dengan mengedarkan kuesioner sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Kontribusi Variabel *Social Media* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Shopee Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening berpengaruh sebesar 81,2% sedangkan sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Manajemen Perusahaan Shopee dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen dengan memanfaatkan *Social Media* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” melalui masing-masing indikator agar menciptakan Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : *Social Media*, *Tagline* “Gratis Ongkir”, Keputusan Pembelian dan Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how much influence Social Media and the “Free Shipping” Tagline have on purchasing decisions on the Shopee Marketplace with buying interest as an intervening variable. The method used is Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) 3.0. By distributing questionnaires to 100 respondents.

Based on the result of this study, it shows that Social Media and “Free Shipping” Tagline have a positive and significant effect on Purchase Decisions through Purchase Intention as Intervening Variables. The contribution of Social Media Variables and the “Free Shipping” Tagline to Customer Purchase Decisions on the Shopee Marketplace Through Purchase Intention as an Intervening variable has an effect of 81,2% is influenced by other variables outside this research.

Based on the result of this study, it is hoped that Shopee Company Management can improve Customer Purchase Decisions by utilizing Social Media and the “Free Shipping” Tagline through each indicator to create Customer Purchase Interest.

Keywords : Social Media, “Free Shipping” Tagline, Purchase Decision and Purchase Intention.