

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena perubahan perilaku konsumen yang awalnya berbelanja secara langsung ke toko menjadi berbelanja *online* dalam memenuhi kebutuhannya. Dikalangan masyarakat khususnya di Kecamatan Lubuk Begalung, Padang Shopee dan Tiktok Shop menjadi *marketplace* yang paling diminati untuk berbelanja secara *online*. Beberapa alasan yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* Shopee dan Tiktok Shop, diantaranya adalah mudah dan praktis digunakan dikalangan masyarakat, harga yang lebih murah, banyak diskon dan promo gratis ongkir yang berikan Shopee dan Tiktok Shop, dan banyak fitur menarik yang lebih interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, diskon, promo gratis ongkir, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi *marketplace* (studi kasus pengguna aplikasi *marketplcae* Shopee dan Tiktok Shop di Kecamatan Lubuk Begalung, Padang) baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (2) Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (3) Promo Gratis Ongkir tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (4) Kemudahan Bertransaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace* (5) Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir, dan Kemudahan Bertransaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi *marketplace*.

Kata Kunci: Harga, Diskon, Promo Gratis Ongkir, dan Kemudahan Bertransaksi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is motivated by changes in consumer behavior from shopping directly to stores to shopping online to meet their needs. Among the community, especially in Lubuk Begalung District, Padang, Shopee and Tiktok Shop are the most popular marketplaces for online shopping. Some of the reasons that make consumers make online purchasing decisions on the Shopee and Tiktok Shop marketplaces include easy and practical use among the community, cheaper prices, lots of discounts and free shipping promos provided by Shopee and Tiktok Shop, and many interesting features that are more interactive. This study aims to determine the effect of price, discounts, free shipping promos, and ease of transactions on purchasing decisions on marketplace application users (case study of Shopee and Tiktok Shop marketplace application users in Lubuk Begalung District, Padang) both partially and simultaneously. This study uses a quantitative method with multiple linear regression analysis. Research data collected through questionnaires. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents.

The results of this study indicate that: (1) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions on marketplace applications (2) Discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions on marketplace applications (3) Free Shipping Promos do not affect purchasing decisions on marketplace applications (4) Ease of Transaction does not affect purchasing decisions on marketplace applications (5) Price, Discounts, Free Shipping Promos, and Ease of Transactions simultaneously have a significant effect on purchasing decisions on marketplace applications.

Keywords: Price, Discount, Free Shipping Promos, and Ease of Transactions, Purchasing Decisions